

Senja Keränen

KYMENLAAKSOLAISTEN NUORTEN MIESTEN TERVEYDEN EDISTÄMINEN

Opinnäytetyö
Johdonassistenttityö ja kielet

Toukokuu 2016

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Senja Keränen	Tradenomi	Toukokuu 2016
Opinnäytetyön nimi		55 sivua
Kymenlaaksolaisten nuorten miesten terveyden edistäminen		7 liitesivua
Toimeksiantaja		
Kymenlaakson ammattikorkeakoulu		
Ohjaaja		
Lehtori Nina Hartikainen		
Tiivistelmä		
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia sosiaalisen median viestintämahdollisuuksia Kymenlaaksolaisten nuorten miesten terveyden edistämiseksi ja terveystiedon välittämisessä. Tutkimuskysymyksenä työssä oli: ”Miten voidaan edistää kymenlaaksolaisten nuorten miesten terveyttä sosiaalisen median avulla?”. Opinnäytetyön taustalla oli Kymenlaakson ammattikorkeakoulun tekemä projekti: ”Alueellinen eriytyminen ja yhteisölliset menetelmät miesten terveyden edistämiseksi”.</p> <p>Työn keskeisin tutkimusmenetelmä oli produktiivinen menetelmä, ja tuotoksena tehtiin kokeilullinen Facebook-ryhmä, jonka päätavoite oli välittää terveystietoa nuorille kymenlaaksolaisille miehille. Apuna tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista menetelmää eli kyselyä, jolla kartoitettiin Facebook-ryhmään liittyneiden nuorten miesten terveydentilaa ja selvitettiin heidän terveystiedon tarpeitaan ja toiveitaan. Lisäksi kyselyssä selvitettiin heidän Facebookin käyttöään ja toiveitaan luotavaan Facebook-ryhmään. Kyselytutkimukseen vastasi 22 nuorta opiskelijaa, joista suurin osa liittyi terveystietoa välittävään Facebook-ryhmään.</p> <p>Kyselytuloksissa ei selvinnyt näiden vastanneiden keskuudesta terveystottumuksesta asioita, jotka kertoisivat erittäin huonosta tilanteesta. Tuloksista päätellen kyselyyn vastanneista 17-vuotiaista osa käytti lainvastaisesti päihteitä ainakin jonkin verran. Tupakointi oli vähäistä kaikkien 22 kyselyyn vastanneiden joukossa, nuuskan käyttäjistä suurin osa oli 17-vuotiaita.</p> <p>Toisena lisäinformaatiota antavana tutkimusmenetelmänä toteutettiin Living Lab -työpaja, jossa siihen valitut sähköalaa ammattiopistossa opiskelevat nuoret miehet saivat suunnitella posterina ”Miesten unelmien viikonlopun.” Living Lab ei onnistunut halutulla tavalla, ja siellä syntyi vain yksi posteri vähäisen osanottajamäärän vuoksi.</p> <p>Johtopäätöksenä tutkimuksessa selvisi, ettei Facebook ole tälle kohderyhmälle hyvä vaihtoehto terveystiedon välittämisessä, koska siinä jäsenenä olleista noin 30 nuoresta miehestä suurin osa ei kommentoinut tai tykännyt yhdestäkään päivityksestä. Lisäksi kukaan jäsenistä ei luonut omaa sisältöä, vaan kaikki päivitykset teki ryhmän ylläpitäjä.</p>		
Asiasanat		
kyselytutkimus, sosiaalinen media, terveysviestintä, ryhmäohjaus		

Author (authors)	Degree	Time
Senja Keränen	Bachelor of Business Administration	May 2016
Thesis Title		
Promoting Young Men's Health in Kymenlaakso		55 pages 7 pages of appendices
Commissioned by		
KYAMK University of Applied Sciences		
Supervisor		
Nina Hartikainen, Senior Lecturer		
Abstract		
<p>The objective of this thesis was to research social media communication possibilities for promoting young men's health in Kymenlaakso. As a background information for this thesis was used the fact that in Kymenlaakso especially men feel their health weaker than elsewhere in Finland. Also for young people Kymenlaakso represents Finland's second highest risk of social exclusion area. This thesis focused on young men, because the aim was to find ways to improve the situation on time.</p> <p>The main research method was productive method and the output was to create experimental Facebook group with the goal was pass health information to young men in Kymenlaakso. Survey and Living Lab were used as assistance methods. The goals of the survey were to find out these young men's state of health and the sort of health information they need. In addition, the survey considered their use of Facebook and their hopes for this Facebook group. The survey covered 22 young vocational students most of whom joined the Facebook group. Using the Living Lab, the selected young students designed a poster "Men's dream weekend".</p> <p>In conclusion, the research found out that Facebook is not good option for this target group for passing health information. Based on the fact that the majority of the 30 young men who took part in this group did not comment or like any updates made in the Facebook group. In addition, all updates were made by the group administrator which meant that the experiment did not get the desired interactivity.</p>		
Keywords		
group control, health communication, social media, survey		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TUTKIMUSKYSYMYKS JA -MENETELMÄT	8
2.1	Produktiivinen opinnäytetyö	8
2.2	Kvantitatiivinen tutkimus	9
2.3	Living Lab	10
3	VIESTINNÄN MÄÄRITELMÄ.....	11
4	TERVEYSVIESTINTÄ	13
4.1	Terveysviestinnän historiaa	15
4.2	Internetin ja sosiaalisen median hyödyntäminen	15
5	RYHMÄDYNAMIIKKA.....	17
5.1	Ryhmän ohjaus.....	18
5.2	Fasilitointi.....	19
5.3	Sosiaalinen paine	20
6	SOSIAALINEN MEDIA	21
6.1	Sosiaalisen median käyttö ja hyödyntäminen	22
6.2	Hyvän sisällön tuottaminen	24
7	FACEBOOK.....	26
7.1	Ryhmät ja sivut	27
7.2	Ryhmän ylläpito	27
8	KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET	28
8.1	Terveys-osio	30
8.2	Facebook-osio	41
9	FACEBOOK-RYHMÄN TOTEUTUS.....	45
10	LIVING LAB -TOTEUTUS.....	48
11	JOHTOPÄÄTÖKSET	50
	LÄHTEET.....	54

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

Liite 2. Living Lab -toteutuksen Power Point -ohjekalvot

Liite 3. Facebook-ryhmän julkaisut ja vastareaktiot (tarkastettu: 9.4.2016)

Liite 4. Miesten unelmien viikonloppu -ryhmätyö

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni toimeksiantaja oli Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Aiheen opinnäytetyöhöni sain Nina Hartikaiselta, joka toimi myös opinnäytetyöni ohjaajana. Opinnäytetyöni tarkoituksena oli tutkia sosiaalisen median viestintämahdollisuuksia kymenlaaksolaisten nuorten miesten terveyden edistämässä.

Tutkimuskysymyksenä työssäni oli: ”Miten voidaan edistää kymenlaaksolaisten nuorten miesten terveyttä sosiaalisen median avulla?”. Tutkimukseni taustalla oli Kymenlaakson ammattikorkeakoulun projekti: Alueellinen eriytyminen ja yhteisölliset menetelmät miesten terveyden edistämässä. Projektissa on ollut mukana myös Kaakkois-Suomen Sosiaalipsykiatrinen yhdistys ry, maa- ja elinkeinotalouden tutkimuskeskus sekä Sotek-säätiö.

Projektissa on todettu, että Kymenlaakson alueella erityisesti miehet kokevat terveytensä huonoksi. Heidän terveyttään uhkaa erityisesti päihteet, taloudelliset vaikeudet sekä työttömyys. Työssäni tutkittiin, voiko sosiaalisen median kanavilla edistää nuorten miesten terveyttä ja millaista tietoa he itse haluaisivat saada. Erityisesti työni keskittyi Facebookiin, johon loin ryhmän ”Terveystietoa nuorille kymenlaaksolaisille miehille”.

Ennen tutkimukseni aloittamista minulla oli hieman skeptinen näkemys siitä, kuinka saan nämä nuoret ammattiopistossa opiskelevat miehet mukaan kokeiluun aktiivisesti. Ennakkokäsityksenä nämä nuoret miehet ovat vielä huolettomia elämästään, nauttivat nuoruudestaan ja tekevät myös virheitä. Tutkijana sijoituin heidän ulkopuolelleen ikäni ja sukupuoleni takia, joten kykenin näin ollen tutkijana suhtautumaan heihin ulkopuolisena ja vastaanotin kaiken tiedon sellaisena kuin sitä sain. Tämän kaltainen ryhmän vetäminen oli minulle myös täysin uusi kokemus.

Toteutin alkukyselyn Kouvolan seudun ammattiopistossa, johon osallistui kaksi ryhmää. Molemmat ryhmät opiskelivat sähköalaa toista vuotta. Kyselyyn sain vastaukset 22 opiskelijalta. Kyselyssä selvitettiin heidän senhetkistä terveydentilaansa, Facebookin käyttöään sekä Facebook-ryhmääni liittyviä kysymyksiä. Toinen näistä ryhmistä osallistui myös Living Lab -työpajaani, jossa heidän tehtävänsä oli ryhmätyönä suunnitella ”Miesten unelmien viikonloppu” posterin muodossa.

Opinnäytetyöni tuotoksena loin suljetun Facebook-ryhmän nuorille kymenlaaksolaisille miehille ja toimin itse ryhmän vetäjänä. Toteuttamani alkukyselyni taustatietojen avulla pystyin paremmin luomaan heille sopivaa sisältöä sekä terveystietojen pohjalta selvitin ongelmakohtia, joihin ryhmässäni kannatti panostaa. Ideana oli myös saada ryhmän jäsenet aktivoitumaan osallistumaan keskusteluihin ja luomaan itse sisältöä sivustolle.

Teoriaosuuden opinnäytetyössäni aloittaa lyhyt viestinnän määritelmä, koska opinnäytetyöni pohjautuu siihen. Viestintä oli itselleni uusi aluevalta, koska nykyisiin opintoihini ei ole kuulunut viestintään erikoistuvia kursseja. Terveystietojen viestinnän voisi yhdellä tavalla määritellä viestinnäksi, jonka tarkoituksena on terveyden edistäminen sekä sairauksien hoitaminen. Opinnäytetyöni liittyikin siis läheisesti terveystietojen viestintään, koska tavoitteena oli löytää uusia keinoja terveystiedon välittämiseen nuorille kymenlaaksolaisille miehille sosiaalisen median avulla. Kerron myös, kuinka terveysalan ammattilaiset voisivat hyödyntää sosiaalista mediaa ja internetiä terveystietojen viestinnässä.

Opinnäytetyöni tekovaiheessa tarvitsin ryhmän ohjaamistaitoja, joten teoriaosuudessa perehdyn ryhmädynamiikkaan eli ryhmän sisäiseen voimaan, ryhmän ohjaamiseen, fasilitointiin sekä sosiaaliseen paineeseen. Kaikki nämä neljä edellä olevaa liittyvät olennaisina osina ryhmien käyttäytymiseen sekä niiden ohjaamiseen. Fasilitoinnilla tarkoitetaan siis ryhmäprosessin helpottamista sekä neutraalia ryhmäprosessin johtamista. Toimin siis Living Lab -työpajassani eräänlaisena fasilitaattorina sekä Facebook-ryhmässäni ryhmänohjaajana.

Facebook-ryhmän ollessa tutkimukseni tuotoksena, perehdyn teoriassa myös sosiaalisen median käyttöön, hyödyntämiseen ja sosiaalisessa mediassa parhaiten toimivaan sisältöön. Sosiaalinen media perustuu käyttäjien väliseen vuorovaikutukseen sekä sisällön tuottamiseen ja jakamiseen eri yhteisöpalveluissa. Facebookia käsittelen omassa kappaleessaan, koska se oli tärkein osa sosiaalista mediaa tutkimuksessani. Facebookista käsittelen myös ryhmän ylläpitoa sekä kerron Facebook-sivuista ja -ryhmistä.

Teoriaosuuden jälkeen esittelen Kouvolan seudun ammattiopistolla tekemäni kyselytutkimukseni tulokset. Analysoin lisäksi Living Lab -työpajassa tehtyä posteriryhmätyötä sekä Facebook-ryhmäni vaiheita. Viimeisenä kappaleena

ovat johtopäätökset, jossa analysoin saatuja tuloksia ja tuotokseni onnistumista.

2 TUTKIMUSKYSYMYS JA -MENETELMÄT

Opinnäytetyöni tutkimuskysymys on: ”Miten voidaan edistää kymenlaaksolaisten nuorten miesten terveyttä sosiaalisen median avulla?”. Taustatutkimuksessa on todettu, että Kymenlaakso edustaa tietynlaista ongelma-aluetta, jossa erityisesti taloudelliset ongelmat sekä työttömyys heijastuvat heidän terveyskäyttäytymiseen, joten työni tavoitteena oli löytää heille apua sosiaalisen median avulla, jotta he saisivat vertaistukea ja neuvoja ongelmatilanteisiin ajoissa. (Kallunki, Kauronen, Lehtonen & Pekkola 2013.)

Kymenlaaksolaiset miehet kokevat yleisesti ottaen terveytensä heikommaksi kuin muualla Suomessa. Sukupuolten välisten elinajanodotusten taustalla on Kymenlaaksossa vallitseva rakennemuutos, jonka myötä perinteiset teollisuuden alan työpaikat ovat vähentyneet, joten selkeästi miehet ovat riskiryhmässä. Nuorten kohdalla Kymenlaakso edustaa Suomen toiseksi korkeinta syrjäytymisriskialuetta. Siksi työssäni keskityin nuoriin miehiin, koska tarkoituksena oli selvittää keinoja tilanteen parantamiseksi ajoissa. (Kallunki, Kauronen, Lehtonen & Pekkola 2013.)

Miesten humalahakuisuus ja tupakointi Kymenlaakson alueella on yleisempää kuin muualla maassa. Sen vuoksi projektissa pyritään kehittämään terveyden edistämiseen uusia menetelmiä, jotka tukisivat miesten mielenterveyttä ja päihteettömyyttä. (Kallunki, Kauronen, Lehtonen & Pekkola 2013.)

2.1 Produktiivinen opinnäytetyö

Opinnäytetyöni tutkimusmenetelmänä käytin produktiivista menetelmää. Opinnäytetyöni tuotoksena loin ja ylläpidin Facebookissa suljettua ryhmää, jonka tarkoituksena on testata terveystiedon välittämistä nuorille miehille. Loin ryhmän ”Terveystietoa nuorille kymenlaaksolaisille miehille” 13. maaliskuuta 2016. Ryhmän sisällä oli tarkoituksena kokeilla erityyppisiä päivityksiä ja vertailla näiden kiinnostavuutta. Lisäksi seurasin, millä tavalla ryhmän jäsenet nii-

hin reagoivat. Tekemästäni kyselytutkimuksesta sain vinkkejä, minkä tyyppinen sisältö kiinnosti eniten vastaajia, ja näitä saatuja tuloksia hyödynsin ryhmäni sisältöä suunnitellessani.

Tutkimukseni tarkoituksena oli selvittää sosiaalisen median hyötykäyttöä nuorten kymenlaaksolaisten miesten terveyden edistämiseksi. Apukeinona hyödynsin Living Lab -toimintaa sekä kvantitatiivista tutkimusta terveyskyselyn sekä Facebook-kyselyn muodossa.

2.2 Kvantitatiivinen tutkimus

Teettämäni terveys- ja Facebook-kysely olivat opinnäytetyössäni kvantitatiivista tutkimusta. Ajatuksena oli tutkia nuorten kymenlaaksolaisten miesten terveyttä kyselylomakkeen avulla ja näiden tulosten pohjalta tehdä johtopäätöksiä. Terveyskyselyni tarkoituksena oli selvittää Facebook-ryhmääni osallistujien taustoja, jotta voin tehdä johtopäätöksiä heidän nykyisestä terveydentilastaan ja ongelmakohdista. Facebook-kyselyllä kartoitin osallistujien tämän hetkistä Facebookin käyttöä ja heitä kiinnostavaa sisältöä Facebook-ryhmässä.

Kyselytutkimuksen otin työhöni avuksi, koska sen avulla sain enemmän taustatietoa, mitä nuoret Kymenlaakson miehet ajattelevat ja millainen terveys-tausta heillä on. Kyselytutkimuksen kysymykset oli jaettu ryhmittäin, ja otin siihen mukaan peruskysymyksiä heidän terveydestään sekä selvitin millaisia epäterveellisiä tapoja heillä on. Kyselytutkimusta tehdessäni etsin terveyskyselyitä internetistä ja selvitin, millaisia kysymyksiä niissä yleensä on ja koostin niistä omaan tarkoitukseeni soveltuvan kyselyn. Kyselytutkimukseni ei anna vähäisen vastaajamäärän vuoksi suurta yleistävää vastausta Kymenlaakson alueen nuorista miehistä, vaan se on vain otanta ammattikoulussa sähköalaa opiskelevista 17–24-vuotiasta miehistä. Tätä otantaa hyödynsin Facebook-ryhmässäni, koska suurin osa kyselyyn vastanneista liittyi Facebook-ryhmääni.

Määrällisen tutkimuksen yleisin aineistokeruutapa on kysely, jonka avulla pyritään yleistämään. Kvantitatiivinen tutkimus perustuu olemassa oleviin teorioihin. Kvantitatiivista tutkimusta voi tehdä myös jo kerätyistä tilastoista, rekistereistä tai tietokannoista. Useimmiten saadut tulokset esitetään erilaisina taulukkoina tai tilastollisina tunnuslukuina. (Kananen 2015, 73–75.)

Toteutin kyselyt kontrolloituna kyselynä eli olin itse tekemässä kyselyä Kouvolan seudun ammattiopistossa. Kyselyyn vastasi toista vuotta sähköalaa opiskelevia nuoria miehiä. Kerroin aluksi vastaajille kyselyn tarkoituksen sekä kyselyiden sisällöstä ja jaoin kyselylomakkeet heille. Pystyin itse kontrolloimaan, että kaikki paikallaolijat vastasivat ja palauttivat täytetyt kyselyt minulle. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 196–197.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on keskeistä, että johtopäätökset tehdään aiemmista tutkimuksista sekä muuttujien muodostaminen taulukkomuotoon, jotta aineistoa voidaan käsitellä tilastollisesti. Keskeistä kvantitatiivisessa tutkimuksessa on myös koejärjestelyn tai aineiston keruun suunnitelmat, joissa on tärkeää, että aineisto perustuu määrälliseen mittaamiseen ja tuloksista esitetään hypoteesi. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 140–141.)

Kyselytutkimuksen heikkouteni on, ettei koskaan voi olla varma, että kaikki vastaajat ottavat kysymykset vakavasti ja vastaavat rehellisesti. Vastaajilla voi olla myös vaikeuksia ymmärtää kysymykset ja annetut vaihtoehdot oikein. Kontrolloidulla kyselyllä tätä voidaan minimoida, koska olin itse paikalla neuvomassa tarvittaessa vastaajia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 195.)

Kyselylomakkeen laadinnassa on tärkeää selkeys ja epäselvien kysymysten välttäminen. Kysymyksiä mietittäessä on hyvä pitää mielessä, mitä kyselyllä haluaa selvittää, jotta kaikki kysymykset on kohdennettu oikein. Kannattaa tehdä lyhyitä ja tarkkaan rajattuja kysymyksiä, koska ne on helpompaa ymmärtää oikealla tavalla. Kyselylomaketta on hyvä testata ennen varsinaista kyselyä, jotta mahdolliset virheet voidaan korjata. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 202–204.)

2.3 Living Lab

Living Lab on sosiotekninen ympäristö, joka mahdollistaa moniulotteisten tutkimusten tekemisen, jossa voidaan samalla kehittää tutkittavaa palvelua. Jotta Living Lab onnistuisi, vaatii se paljon resursseja, yhteistyötä, joustavuutta sekä erityisesti hyviä tutkimuskysymyksiä. Toteutettaessa tällaista tutkimusta on väärin kuvitella, että pystyttäisiin tietämään kaikki tutkittavien henkilöiden toiminnasta, eikä tutkimus onnistu vain kokoamalla mahdollisimman monta

erilaista aineistoa. Haasteeksi tässä voi muodostua tutkimusryhmän dynamiikka ja suhde tutkittaviin henkilöihin. Living Lab ei näin ollen ole kaikenlaisiin tutkimuksiin paras tai edes looginen vaihtoehto. (Laaksonen, Matikainen & Tikka 2013, 342–344, 348, 354.)

Toteuttamani Living Labin ajatuksena oli osallistaa kymenlaaksolaisia nuoria miehiä terveystiedon kehittämisessä ja kerätä palautetta heiltä terveystiedon parantamisessa sekä tuottaa uusia mahdollisia ideoita, jotka koskivat luotavaa kokeellista Facebook-ryhmää. Living Lab:ssa käyttäjät voivat esimerkiksi ratkoa myös oman arkipäivänsä ongelmia ja keksiä niihin uusia ratkaisumalleja. (Nyström & Leminen 2011, 4.)

Työpajassani teetin nuorilla miehillä ryhmätehtävän, jonka tausta-ajatuksena oli saada lisää informaatiota heidän ajatusmaailmastaan ja unelmistaan. Ryhmätehtävän aiheena oli suunnitella ”Miesten unelmien viikonloppu”. Ryhmätehtävän avulla sain tietoa, miten he viettäisivät vapaa-aikaansa, jos heillä olisi käytettävissä nykyistä enemmän resursseja. Tehtävä toteutettiin posterina, johon he saivat leikata kuvia lehdistä, piirtää ja kirjoittaa luoden oman ”Miesten unelmien viikonlopun”.

Posterilla tarkoitetaan yleensä julistetta, tietotaulua tai tutkimusjulistetta. Se on yleisesti käytetty tutkimustapa julkistaa tutkimustuloksia tieteellisten kokousten yhteydessä. Posterin teossa on tärkeää ottaa huomioon, että se on selkeä ja helposti luettavissa. (Perttilä 2007.)

3 VIESTINNÄN MÄÄRITELMÄ

Helsingin Yliopiston emeritusprofessori Wiio Osmo A. on kirjoittanut viestinnästä: ”Koko inhimillinen elämä on yhtämittaista tietojen vaihtamista, tietojen ottamista ja antamista, ymmärtämistä ja ymmärretyksi tulemistä. Tätä kahden-suuntaista tapahtumaa nimetään kansainvälisesti kommunikaatioksi. Kommunikaatio eli viestintä tarkoittaa informaatioiden vaihdantaa lähettäjän ja vastaanottajan välillä.” Viestinnän yksi tavoite on muuttaa tai vahvistaa vastaanottajan tietoja tai mielipiteitä. (Siukosaari 2002, 11.)

Viestintä vaikuttaa koko organisaation toiminnan onnistumiseen. Sen tarkoituksena on luoda työskentelyedellytyksiä erilaisissa yhteisöissä, ja hyvin hoidettuna se on keskeinen voimavara, koska sen tarkoituksena on mahdollistaa yhteisön muu toiminta. Viestinnän perustehtävät ovat kaikenkokoisissa organisaatioissa samat, koska kaikissa tarvitaan johdettua päivittäistä viestintää, tietojen vaihtoa sekä yhteisöllisyyden rakentamista. Tärkeimpiä kohderyhmiä viestinnässä ovat oma henkilöstö ja organisaation muut läheiset sidosryhmät. Viestinnän onnistumiseen voidaan vaikuttaa siten, että sen suunnittelu on yhteydessä organisaation strategiseen suunnitteluun sekä viestinnästä vastaavat henkilöt ovat mukana päättämässä organisaation keskeisistä päätöksistä. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 9.)

Viestintä on mainontaan verrattuna edullista ja huomioarvoltaan huipputehokasta. Viestintä on aina vuorovaikutusta, joten olennainen osa viestintätaitoja on myös kuuntelemisen taito. Viestinnän tavoitteena voi olla säilyttää nykyinen yrityskuva tai saada aikaan muutoksia. Ulkoinen tiedottaminen on yrityksen elinehto, joten viestinnän tulee olla suunniteltua, perusteltua sekä oikein ajoitettua. (Kortesuo, Patjas & Seppänen 2014, 17–21.)

Vuorovaikutteisuuteen pyrkivän viestinnän suunnittelu kannattaa aina aloittaa miettimällä, mikä on viestin tavoite. Sen määrittäminen on tärkeää siksi, että sen rakenteeseen vaikuttaa, mikä viestin päätavoite on. Viestinnässä on erittäin tärkeää, että viestin lähettäjää pidetään uskottavana, ja tähän voi vaikuttaa esimerkiksi hänen roolinsa organisaatiossa, eli millaista käyttäytymistapaa häneltä odotetaan. Uskottavassa viestissä sisältö ja perustelut ovat tavoitteen mukaisia sekä loogisia. Tiedottavassa viestinnässä taas on tärkeintä, että keskeinen sisältö välittyy mahdollisimman informatiivisesti, joten siinä on hyvä vastata peruskysymyksiin kuka, mitä, missä, milloin, miten ja miksi. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 11–13.)

Kun viestinnällä pyritään vaikuttamaan johonkin, silloin perusteleminen ja argumentointi ovat erittäin tärkeitä. Perustelukeinoina voidaan käyttää järkeen tai tunteeseen vetoavaa todisteiden esittämistä omille ehdotuksille. Perustelut voivat olla yksipuolisia, jolloin perustellaan vain omia näkemyksiä tai kaksipuolisia, jossa kaksipuoleisessa perustellaan sekä puolesta sekä vastaan. Argumentoinnin tarkoitus on perustella omia väitteitä, mutta myös havaita ristiriita

toisen väitteissä ja siinä voidaan tukeutua myös suostuttelevaan kielenkäyttöön. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 13–14.)

Suunnitteluvaiheessa kannattaa miettiä myös viestien julkisuusastetta, johon vaikuttaa, kuinka viimeistelyä viestien tulee olla. Viestin vastaanottajastakin kannattaa ottaa selville perustiedot, jotta viestin tyyli- ja sävyratkaisu ja viestin rajaaminen on helpompaa. Nykyiset tietojärjestelmät helpottavat asiaa, koska ne pystyvät tuottamaan päätöksenteon tueksi tarkkoja tietoa. Esimerkkejä näistä tietojärjestelmistä ovat asiakas- ja sidosryhmärekisterit. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 15.)

4 TERVEYSVIESTINTÄ

Terveysviestinnän voisi myös määritellä viestinnäksi, jonka tarkoituksena on terveyden edistäminen sekä sairauksien hoitaminen. Mutta siinä voi olla kyse myös tavoitteellisesta ja arvolutautuneesta terveyteen vaikuttamisesta eli terveyskasvatuksesta. Terveysviestinnässä on yleensä oleellista se, että tutkimuskysymykset ovat hyvin käytännön läheisiä. Terveysviestinnästä on olemassa useita määritelmiä riippuen siitä, kuinka laajasti viestinnän eri osa-alueet on otettu siinä huomioon. Terveysviestintään liittyy myös käsitys siitä, miten yhteiskunta määrittää sairautta ja terveyttä. (Järvi 2014, 18, 85.)

Kaikkein tunnetuin määritelmä on Maailman terveysjärjestön WHO:n määritelmä, jonka mukaan terveysviestintä on keskeisin keino välittää yleisölle terveystietoa ja pitää yllä julkista keskustelua merkittävistä terveyskysymyksistä. Terveysviestinnän kulttuurinen määrittely journalismin näkökulmasta tarkoittaa, että koko media on terveyksiä ja sairauksia tuottava käytäntö ja se edellyttää terveyden, sairauden ja vallan suhteiden tunnistamista. (Järvi 2014, 19–20.)

Mediaa pidetään olennaisena osana terveystiedon välityksessä, mutta median seuraukset terveyden kannalta katsottuna voivat olla sekä positiivisia ja negatiivisia. Sen vuoksi median välittämä terveystieto ei välttämättä ole terveysviestintää. Terveysviestinnän määrittelyn vaikeudesta kertoo, että osa määritelmistä ovat ristiriitaisia keskenään. Esimerkiksi yksi määritelmä sanoo, sen tavoitteena olevan terveyden edistäminen, sairauksien ehkäiseminen ja hoitaminen sekä kuntouttaminen, joten tämän perusteella voidaan ymmärtää

sen tarkoittavan kaikkea terveyttä koskevaa viestintää. Tällöin kuitenkin terveystieteen viestintä ulkopuolelle jäisi suurin osa terveystieteen journalistista artikkeleista, koska niiden tavoite ei ole välttämättä suoraan terveyden edistäminen. (Torkkola 2002, 6.)

Terveystieteen viestintään liittyviä käsitteitä ovat terveystieto, informoitu potilas ja terveystieteen käyttämiseen vaikuttaminen. Informoitu potilas tarkoittaa, että potilaslain mukaan (PTL 1992/785) potilaalle on annettava ymmärrettävä selitys hänen terveydentilastaan, hoidon merkityksestä ja -vaihtoehdoista ja muista hänen hoitopäätökseensä vaikuttavista asioista. Terveystieto voidaan käsittää useallakin tavalla, ja yleensä potilaalta kysyttäessä se tarkoittaa lähes kaikkea jokapäiväiseen elämään liittyviä asioita, kuten terveyden ylläpitoa ja sairauksien hoitoa. Lääkäreitä ja muita terveydenhoidon ammattilaisia terveystieto auttaa tekemään päätöksiä potilaan sairauden hoitamiseen ja parantamiseen. Terveystieto on siis lääkärin ja potilaan jaettu ymmärrys siitä, mikä olisi paras vaihtoehto potilaan sairauden hoitoon. Terveystieteen käyttämiseen vaikuttaminen on lähellä terveyden edistämistä, ja tämän tavoitteena on neuvoa potilaalle parhaat tiedonhankintakeinot, joiden avulla hän voi itse ylläpitää omaa terveyttään. Lisäksi potilaan tulee tiedostaa, millaisia oireita hänellä on ja kuinka niitä tulisi hoitaa. (Järvi 2014, 85–86.)

Terveystieteen tutkimus on monitieteinen ala, jossa kohtaavat sosiologia, sosiaalipsykologia, psykologia sekä terveydenhoito, lääke- ja viestintätieteelliset tutkimuskäytännöt. Terveystieteen tutkimuksessa ovat kohdanneet aiemmin kaksi osa-aluetta; vuorovaikutus- sekä vaikutustutkimuslinja ja nyt mukaan on otettu myös terveystieteen kulttuurilinja, joka on kulttuuriin suuntautunutta terveystieteen tutkimusta. Vuorovaikutuslinjauksessa tutkimuksen kohteena on ollut terveydenhoitoalan ammattilaisen ja potilaan välinen suhde, kun taas vaikutustutkimuksella on selvitetty median vaikutusta terveystieteen käyttämiseen. (Torkkola 2002, 9-10.)

4.1 Terveysviestinnän historiaa

Suomessa vallitsee vahva kansanvalistuksen perinne, mistä johtuu myös terveystiedon vahva valistuksellisuus. Terveystiedon historian tutkimus on ollut lähes olematonta, vaikka median merkitys on tiedostettu jo varhain. Ei ole olemassa tietoa, kuinka eri vuosikymmeninä on suhtauduttu terveystiedon kysymyksiin tai tautiepidemioihin. Terveystiedon ja terveystiedon muutokset ovat kuitenkin aina kulkeneet yhteiskunnallisen muutoksen rinnalla. (Järvi 2014, 35, 44.)

Terveystiedon on alkanut Suomessa 1800-luvun lopulla, ja se on liittynyt yleiseen valistusaatteeseen ja kansalliseen heräämiseen. Esimerkiksi Suomalaisen Lääkäriseuran Duodecimin vuonna 1889 perustama lehti joutui kamppailemaan jatkuvasti kansan piintyneitä tapoja vastaan, nämä terveystiedotajat koettiin ennemmin rauhanhäiritsijöiksi ja nurkkien nuuskijoiksi. (Järvi 2014, 35–37.)

1960-luvulta alkaen tilaa saivat mediassa ja muussa julkisessa keskustelussa myös sosiaali- ja yhteiskuntatieteiden tutkijat. 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa kartoitettiin väestön terveystietämystä laajoilla kyselyillä ja haastattelututkimuksilla yhteiskuntarakenteen suuren muutoksen takia. Enää ei uskottu pelkän terveystiedon riittävän tietämisen muuttamiseen. Tiedonjakamisen merkitystä ei vähätelty, mutta sen haluttiin olevan enemmän hienovaraisempaa kuin painostavaa. Vuonna 1972 aloitettiin Pohjois-Karjala -projekti, johon kuului muun muassa Terveystiedon avaimet -tv-sarja, josta voidaan katsoa alkaneeksi moderni ja eri välineitä käyttävä terveystiedon aikakausi. 1900- ja 2000-lukujen vaihteessa median rooli on ollut tuoda esille vastakkaisia näkemyksiä. (Järvi 2014, 42–44.)

4.2 Internetin ja sosiaalisen median hyödyntäminen

Nykyään myös perinteinen joukkomedia on muuttunut mukaan tulleiden sosiaalisen median palveluiden vuoksi kuka tahansa voi tuottaa siellä sisältöä ja jakaa sitä ilmaiseksi eteenpäin. Myös terveydenhoitoalan ammattilaiset voisivat hyödyntää tätä, koska internet tarjoaa lukemattoman määrän mahdolli-

suuksia. Esimerkiksi voidaan kehittää sähköisiä asiointeja potilastyön sujuvoittamiseksi tai tuottaa terveysaiheisia sisältöjä kansalaisten terveyden ylläpitämiseksi ja sairauksien ennaltaehkäisemiseksi. (Järvi 2014, 84.)

Sytä ja motiiveja internetistä terveystietoja etsiville on monia. Internet on hyvin suosittu terveystiedon lähde ympäri maailman ja suomalaisten osuus on tasaisesti kasvanut vuosien varrella. Useimmin syynä on jokin arkipäivän ongelma, johon tarvitaan pikaista vastausta tai taustalla voi olla pelko, minkä vuoksi ongelmaan kaivataan nopeaa ratkaisua. Terveystieteen liittyvä tiedonhankinta korostuu diagnoosin saamisen jälkeen erityisesti, jos kyseessä on harvinaisen tai vaikeasti hoidettava sairaus. Osa potilaista saattaa etsiä tietoa myös siksi, että he voisivat keskustella paremmin sairaudestaan ja sen hoidosta terveydenhoidon ammattilaisten kanssa. (Järvi 2014, 86–88.)

Suosituimpia internetin hakutermejä terveystiedosta ovat erilaiset ruokavaliot, lääketieto ja lääkkeiden haittavaikutukset. Internetiä ja sosiaalista mediaa hyödynnetään, koska ollaan kiinnostuneita sairauksien ennaltaehkäisemisestä ja jotta saataisiin toisten mielipiteitä, omia kokemuksia jaetaan ja samalla saada vertaistukea muilta. (Järvi 2014, 90.)

Sosiaalinen media haastaa terveydenhuollon lisäämään avoimuutta ja vastavuoroisuutta, koska sosiaalinen media muuttaa myös tiedon ja sisältöjen hakemista sekä tiedon nopea liikkuminen pakottaa muuttamaan entisiä toimintatapoja. Sosiaalisen median verkostoista ihmiset löytävät tukea terveyden ylläpitämiseen ja sairauksien kanssa elämiseen. Ammattilaisen puoleen käännetään diagnoosia ja hoito-ohjeita varten, kun taas omiin verkostoihin voidaan turvautua henkisen tuen ja nopeiden vastausten vuoksi, joten sosiaalinen media muuttaa myös tavallaan potilaan ja lääkärin välistä kanssakäymistä. Nykypäivän ihmiset kaipaavat yhä enemmän nopeaa terveysneuvontaa ja apua etsitään kellon ympäri joka päivä. Koska terveysasioissa on mietittävä myös vaihtelovollisuuden liittyvät asiat, on tärkeää luoda sairaaloille ja muilla terveysalan palveluille tarkat ohjeet sosiaalisen median käytöstä. (Järvi 2014, 104–110.)

Terveysviestinnän kannalta onkin paras tilanne silloin, kun näissä yhteisöissä olisi mukana terveydenhuollon ammattilaisia ja eri alojen asiantuntijoita. Huonona puolena sosiaalisessa mediassa on se, ettei kaikella tiedolla ole tarkkaa

todenperäisyyttä eikä tiedonhakija voi välttyä ristiriitaiselta tiedolta. Nykypäivänä sosiaalinen media tarjoaa mahdollisuuden myös terveysalalle luoda hyvää verkkojulkisuutta ja helpottaa asiakkaidensa palveluiden löytämistä. Terveystiestä ja hyvinvoinnista vastaavia organisaatioita kaivataan mukaan aktiivisiksi toimijoiksi, jotta saataisiin luotettavaa tietoa ihmiselle ja he voisivat tätä kautta keskustella ja pyytää neuvoa asiantuntijoilta. (Järvi 2014, 104–110.)

5 RYHMÄDYNAMIIKKA

Ihmiset pystyvät muita lajeja paremmin omaksumaan tietoja, taitoja ja tapoja muilta kanssaihmisiltä. Olemme joka päivä osa monenlaisia ryhmämuodostelmia, joiden tarkka erottaminen voi olla vaikeaa. Jäsenyys eri yhteisöissä voi olla niin itsestään selvää, ettei sitä juurikaan huomaa ellei yhteisöstä joudu eroon. Yhteisö-sanalla on alun perin tarkoitettu ihmisten luonnollista yhteenliittymää, jonka varassa pystytään selviytymään arjen haasteista. (Koppala 2011, 28, 30–31.)

Ihminen tarvitsee yhteisön arvostuksen, jotta hän voi kokea elämänsä merkityksellisesti. Yhteiskunnan modernisoitumisen myötä ihmiset etsivät vahvaa yhteisyyttä, vaikka pitävätkin samalla kiinni omista oikeuksistaan. Yhteisö antaa mahdollisuuden sosiaaliselle elämälle ja jäsenyys yhteisössä voi olla niin selvää, että sen huomaa vasta jouduttaessa siitä erilleen. Ylläpitävä voima yhteisössä ovat jäsenten yhteisyyden kokemus ja yhteenkuuluvuuden tunne vahvistuu yleensä toiminnan aikana. (Koppala 2011, 30–31.)

Ihmiset muodostavat ryhmän, kun jäsenillä on yhteinen tavoite, keskinäistä vuorovaikutusta sekä selkeä käsitys, ketä ryhmään kuuluu. Yhteinen tavoite ja jäsenten tuttuus erottavat ryhmän yhteisöstä ja satunnaisesta ryhmästä. Ryhmä muodostuu yleensä nopeasti ja ryhmälle muodostuu yhtenäinen tapa toimia ja kommunikoida. Ryhmädynamiikalla tarkoitetaan ryhmän sisäisiä voimia, jotka voivat olla merkittäviä ja ryhmä toimii tavalla, jota ei voi päätellä yksittäisten jäsenten käytöksestä. Ryhmädynamiikka syntyy siis jäsenten välisestä vuorovaikutuksesta ja kommunikaatiosta. Mitä kauemmin ryhmä kokee olevansa yhtenäinen, sitä enemmän jäsenet luopuvat yksilöllisestä vastuustaan. (Koppala 2011, 36–38.)

Ryhmässä toimittaessa jäsenillä voi syntyä käsitys, ettei yksilöiden toimintaa arvioida, ja siitä voi aiheutua, että säästetään omia voimia. Ihmisillä on taipumusta toimia parhaansa mukaan, vain jos he kokevat työskentelystä seuraavaan jotain itselle tärkeää. Ryhmän sisäisen tehon vähentymiseen voi vaikuttaa, jos ryhmän jäsenet tietävät, että yksittäisen jäsenen työskentelyä arvioidaan ja he pitävät ryhmää ja annettua tehtävää itselle tärkeinä. On myös tärkeää, että ryhmän jäsenet kokevat tehtävät sopivan haasteellisena ja pitävät näin omaa suoritustaan ratkaisevana tehtävän selvittämisessä. Ryhmien päätoimintatekijöitä tutkittaessa on huomattu, että ryhmän johtajat ja siinä olevat dominoivat persoonat vaikuttavat merkittävästi lopputulokseen. (Koppala 2011, 40–41, 43.)

5.1 Ryhmän ohjaus

Ryhmän ohjaajalla on suuri merkitys onnistumiseen. Tärkeää onnistumisen kannalta on, kuinka joustavasti ja taitavasti hän onnistuu luotsaamaan ryhmäänsä, ja se edellyttää häneltä ryhmän tarpeiden aistimista sekä kykyä havaita ja mahdollisesti muuttaa omia käyttäytymistapojaan. Ryhmän ohjaajalle on hyvä ominaisuus, että hän viihtyy ryhmän keskipisteessä eikä missään vaiheessa anna ryhmälle kuvaa, ettei hän halua olla johtajana, jottei ryhmä turhautuisi tai kokisi turvattomuutta. Johtajan pitää sietää kritiikkiä, ja hänen on pystyttävä ratkaisemaan mahdollisia ristiriita- tai ongelmatilanteita. (Koppala 2011, 88.)

Ryhmän ohjaajalle on tärkeää, että hän vastaa ryhmän välttämättömistä tehtävistä, näyttää suunnan tehtävälle, tekee päätöksiä sekä luo visioita. Sisäisellä organisaatiolla varmistetaan työnjako ja prosessin syntyminen ja eteneminen. On myös tärkeää antaa ryhmälle palautetta, jotta ryhmän jäsenet tietävät, ovatko he oikeilla jäljillä ja toimivatko he työnjaon mukaisesti. Resurssien jako antaa ryhmän ohjaajalle valtaa, ja on välttämätöntä ryhmän olemassa ololle, että resurssit on jaettu oikein. Tavoitteellisen toiminnan edellytyksenä on myös, että ryhmän johtaja huolehtii riittävästä tiedon välittämisestä. (Koppala 2011, 89.)

Tiimin johtaminen eroaa perinteisestä johtamisesta siten, että se on normaalisti kysyvää, keskustelevaa ja valmentavaa, kun taas perinteinen johtaminen

on lähinnä selkeiden päätösten tekemistä yksin. Hyvä ryhmän ohjaaja pyrkii auttamaan tiimiään päätöksen teossa, keskustelee ja kyselee näkemyksiä ja tukee tiimiään kantamaan vastuuta joka tilanteessa. Tiimin vetäjä ei niinkään tue yksilöitä, vaan ohjaa ryhmää kokonaisuutena. Onnistunut ryhmän vetäminen edellyttää ryhmän ymmärtämistä sekä mahdollistaa hyvän ryhmäkulttuurin syntymisen. (Koppala 2011, 91–92.)

Ohjaaja edustaa ryhmäänsä ulospäin, ja hänen tulee olla valmis tarvittaessa puolustamaan ryhmän mainetta. Ohjaajalla tulisi olla selkeä visio ryhmän tehtävästä. Tärkeää on myös, että hän kykenee ratkomaan jäsenten välisiä erimielisyyksiä rakentavasti, ja auttaa heitä arvostamaan kaikkia ryhmän jäseniä. (Koppala 2011, 93.)

5.2 Fasilisointi

Fasilisoinnilla tarkoitetaan ryhmäprosessin helpottamista sekä neutraalia ryhmäprosessin johtamista. Fasilisoinnin ydin onkin löytää oikea työskentelytapa, jolla ryhmä saadaan toimimaan tehokkaasti ja rakentavasti. Fasilisaattorin tehtävänä on avustaa ryhmää ja sen työskentelyä puuttumatta sen asiasisältöön. Hänen tehtävänsä on suunnitella ryhmäprosessi, jossa on käytössä siihen parhaiten sopivat työkalut sekä huolehtia, että koko kapasiteetti ryhmässä hyödynnetään tehokkaasti. Jotta ryhmän jäsenet saa aktivoitua, vaaditaan fasilisaattorilta neutraalisuutta, läpinäkyvyyttä sekä kykyä keskustella ryhmässä. Fasilisointitaidot ovat hyödyllisiä kaikille esimiehellä, mutta erityisesti ihmisille, jotka vetävät erilaisia työpajoja. (Kantojärvi 2012, 11, 14.)

Taulukko 1. Hyvän fasilisaattorin ominaisuudet (Kantojärvi 2012, 40.)

Hyvän fasilisaattorin ominaisuudet
<ul style="list-style-type: none"> - läpinäkyvä - puolueeton - neutraali sisällön suhteen - aktiivinen kuuntelija - auttaa päätöksen teossa - joustava - käyttää tehokkaita ryhmätyömenetelmiä - saa kaikki ryhmäläiset keskittymään - pitää ryhmän energiatason sopivana - käyttää ryhmämuistia - antaa selkeitä ohjeistuksia - suunnittelee prosessin, jolla päästään tavoitteisiin

Taulukossa 1 on Kantojärven kirjassaan kuvaamat hyvän fasilisaattorin ominaisuudet. Läpinäkyvyydellä hän tarkoittaa, että fasilisaattorin pitää kertoa, mitä havaitsee ja mitä aikoo tehdä. Puolueettomuudella tarkoitetaan sitä, että ei manipuloi eikä arvostele ja hyväksyy ryhmän tekemät päätökset. Päätöksenteossa fasilisaattori auttaa selkeyttämällä ja tekemällä yhteenvetoja. Onnistuneen työpajan aikaan saamiseksi on tärkeää, että kaikki ryhmän jäsenet keskittyvät samanaikaisesti samaan asiaan. Selkeiden ohjeistusten lisäksi kannattaa fasilisaattorin kommunikoida välitavoitteista ja tarvittaessa perustella, miksi täytyy tehdä tietyllä tavalla. Joustavuudella tarkoitetaan sitä, että pitää varautua siihen, että prosessit eivät toteudu juuri niin kuin on ajateltu. (Kantojärvi 2012, 40.)

Työpajaan osallistuvalle on tärkeää selvittää työpajan tarkoitus. Jos osallistujille ei ole selvää, mitä työpajassa tehdään, hän voi helposti jopa jättää saapumatta. Jos osallistuja saapuu tietämättä tavoitetta, hän saattaa olla antamatta täyttä panostaan, jolloin hänen tietotaitonsa jää hyödyntämättä tai hän on kriittinen ja voi heittäytyä hankalaksi ilman kunnon syytä. Joskus syynä epäselvyyteen voi olla myös työpajan vetäjässä, jos hän ei itsekään ole selvillä, miksi työpaja järjestetään. On siis erittäin tärkeää antaa työpajaan osallistujille selkeät ohjeistukset. (Kantojärvi 2012, 40–41.)

Työpajan aloittamisella on suuri merkitys onnistumiseen, koska alussa vetäjä voi kannustaa kaikkia ja vaikuttaa näin koko työpajan onnistumiseen. Aloittamisen ydinasiat ovat turvallisuus, läsnäolo sekä fokusointi. Turvallisuudella tarkoitetaan, että rakennetaan luottamusta ja luodaan turvallinen ilmapiiri, jotta kaikki osallistujat saadaan osallistettua. Fasilisaattorin tärkeä tehtävä koko työpajan ajan on saada ryhmän energiatason pysymään sopivalla tasolla sekä auttaa kaikkia olemaan aidosti läsnä. Fokusoinnilla tarkoitetaan, että kerrotaan mitä ollaan tekemässä, mitkä ovat osallistujien roolit sekä sopia aikatauluista ja tavoitteista yhdessä. (Kantojärvi 2012, 47–48.)

5.3 Sosiaalinen paine

Yksi viidestä ihmisen perustarpeista on yhteenkuuluvuuden tunne muiden ihmisten kanssa. Tärkeitä yhteisöllisiä kysymyksiä ovat; kenellä on auktoriteettia ja kuka on paras, koska ihmisillä on tapana antaa aina johtoasema jollekulle ja

kaikissa ihmisissä elää tietynlainen kilpailu paremmuudesta. Sosiaalinen paine ilmenee ihmisissä siten, että matkimme ja seuraamme muita, jolloin tehdään niin kuin muutkin, eikä välttämättä niin kuin itse tekisi. Ihmiset haluavat luottaa tämän vuoksi toisten tekemiin arviointeihin ja suosituksiin sekä epävarmat ja ristiriitaiset tilanteet pahentavat sosiaalista painetta. Sosiaalinen paine vaikuttaa myös päätöksentekoon, koska jos ihminen on epävarma toimimisestaan, hän ottaa mallia siitä miten muut toimivat samassa tilanteessa. (Gjerstad 2015, 135–136, 144.)

Muiden ihmisten esimerkki voi johtaa jopa elämänmittaisiin tapoihin ja tottumuksiin. Sosiaalinen paine vaikuttaa myös ryhmissä esimerkiksi siten, että yhden jäsenen kanta johonkin asiaan vahvistuu ja kärjistyy ja ryhmä voi ajautua kannattamaan asiaa, jota kukaan heistä yksin ei kannattaisi. Ryhmissä yksimielisyyden etsiminen voi johtaa myös siihen, että kaikkia vaihtoehtoja ei arvioida puolueettomasti, eikä varasuunnitelmia edes harkita. (Gjerstad 2015, 148, 152.)

Ryhmiin epäonnistumiseen päätöksenteossa voivat vaikuttaa valtaerot ryhmän sisällä sekä sosiaalinen paine. Alemmalla hierarkiassa olevat voivat ajatella, että toiset tietävät paremmin, eivätkä tuo ilmi omia ajatuksiaan. Sosiaalinen paine taas vaikuttaa siten, että jotkut saattavat pelätä epäsuosiota, eivätkä kerro omia mielipiteitään vaan mukailevat muita. (Gjerstad 2015, 153–154.)

6 SOSIAALINEN MEDIA

Sosiaalinen media on tärkeä osa nykyajan viestintää ja yhä useammat yritykset ja tahot ovat luoneet esimerkiksi Facebook-sivustoja, jolla he markkinoivat ja tiedottavat toiminnastaan. Suosittu keino Facebookissa jakaa itsensä ja yrityksensä suuren kansan tietouteen ovat erilaiset arvonnat ja kilpailut, joita näkee joka päivä Facebookissa. Tästä suosiosta johtuu varmasti sekin, että sosiaalisesta mediasta kirjoitetaan paljon teoksia, joita kohdennetaan yrityksillä sekä yhteisöille, jotta he saisivat otettua kaiken potentiaalinsa irti sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median suosio ja merkittävyys varmasti vaan korostuu tulevaisuudessa.

Sosiaalisen median voi kuvailla ilmiöksi, jossa tasavertaiset verkon käyttäjät tuottavat sisältöä. Tyypillistä sosiaaliselle medialle on moniulotteisuus ja moni-
muotoisuus sekä sosiaalisessa mediassa kuka tahansa voi olla olevinaan jon-
kin asian asiantuntija. (Järvi & Vainikainen 2010, 140.)

Tunnetuin ja ehkä myös käytetyin sosiaalisen median yhteisöpalvelu on Mark
Zuckenbergin vuonna 2004 perustama Facebook. Facebook alkoi valloitta-
maan maailmaa vuonna 2006 ja vuoden lopulla palvelulla olikin jo yli 12,5 mil-
joonaa rekisteröitynyttä käyttäjää. Vuonna 2014 Facebookilla olikin jo 1,3 mil-
jardia käyttäjää kuukaudessa. Suosituin mikroblogipalvelu Twitter on palvelu,
jossa tekstien pituus on rajattu 140 merkkiin. Tässä palvelussa käyttäjien sosi-
aalista verkostoa hyödynnetään ottamalla toisia käyttäjiä seurattavaksi. Twitte-
rillä oli vuonna 2015 noin 270 miljoonaa käyttäjää kuukaudessa. (Pönkä 2015,
12–13.)

Twitterin on ohittanut käyttäjissä kuvanjakopalvelu Instagram, jolla syyskuussa
2015 oli 400 miljoonaa käyttäjää ympäri maailman. Instagram on älypuhelimien
saatava sovellus ja siinä yhteisöllisyys perustuu kuvien jakamiseen, joihin liite-
tään erilaisia #hastageja# kuvaamaan tarinaa kuvan takana. Facebook osti In-
stagramin yhdellä miljardilla dollarilla huhtikuussa 2012. Usein Instagramiin
liitetyt kuvat jaetaan Facebookiin. (Social Times 2016; Instagram 2016;
Costill 2016.)

Näiden lisäksi on olemassa varmasti tuhansia erilaisia sosiaalisen median ver-
kostoja. Sosiaalisen median käsite perustuu käyttäjien väliseen vuorovaikutuk-
seen, sekä sisällön tuottamiseen ja jakamiseen. Sanastokeskus TSK:n on
määrittänyt sosiaalisen median tarkoittavan ”tietoverkkoja ja tietotekniikkaa
hyödyntävää viestinnän muotoa, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyt-
täjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä
suhteita”. Sosiaalisesta mediasta puhuttaessa tarkoitetaan yleensä Faceboo-
kia, YouTubea, Wikipediaa tai Twitteriä. (Pönkä 2015, 31–32.)

6.1 Sosiaalisen median käyttö ja hyödyntäminen

Sosiaalisessa mediassa on ominaista kokeilevuus, ja kyseessä on erityisesti
avoimuuden, vuorovaikutuksen ja yhteistyön arvostamisesta. Jos sosiaalista

mediaa aikoo hyödyntää esimerkiksi yrityksen toiminnassa, tarkoittaa se yhteisöllisten menetelmien käyttöönottoa sekä aiempaa suurempaa avoimuutta ja osallistamista. (Pönkä 2015, 169–170.)

Yhteisöllisessä mediassa on muita medioita tärkeämpää aito läsnäolo. Läsnäolo sosiaalisessa mediassa voi tapahtua kommentoimalla, jakamalla muiden tuottamaa sisältöä tai luomalla itse sisältöä, joka houkuttaa muita kommentoimaan ja jakamaan sitä eteenpäin. Vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa edellyttää halua verkostoitua laajasti; kiinnostavien tahojen etsiminen, kuuntelu ja pyrkimys vuorovaikutteisuuuteen ovat tärkeä osa menestystä sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisessa mediassa täytyy myös luopua hieman omasta kontrollista, koska siellä on lupa keskustella ja tulkita asioita monin eri tavoin. (Forsgård & Frey 2010, 55, 57.)

Sosiaalisessa mediassa ärsyynnyttään nopeasti, joten vaikka siellä on helppoa kehua itseään, on hyvä muistaa olla rehellinen oman organisaation kiinnostavuudesta. Sosiaalisen median koukuttava tekijä on kehua ja tulla kehutuksi, koska ihmisen perustarpeisiin kuuluu hyväksynnän ja arvostuksen etsiminen. Kääntöpuolena sosiaalisessa mediassa on helppo avoimen kritiikin antaminen, joten on tärkeää osata suhtautua kritiikkiin nopeasti ja oikealla tavalla. (Forsgård & Frey 2010, 59–63.)

Sosiaalisessa mediassa kannattaa pitää mielessä, että kaikesta mitä siellä teet tai sanot, jää jälki. Jos sieltä löytää kiinnostavan tekstin, pitää aina kertoa alkuperäinen linkki, ettei syyllisty plagiointiin. Sosiaalisessa mediassa pitää ottaa muut huomioon myös siten, että ottaa kantaa muiden kirjoituksiin, muttei mitätöi tai ole ilkeä toisia kohtaan. Ihmisillä on somessa erilaisia toimintatapoja, sitä voidaan käyttää itsensä tai organisaationsa markkinointiin, jotkut ovat siellä verkostoitumista varten ja jotkut käyttäjät voivat olla vaan sivusta-seuraajia. Sosiaalisessa mediassa tekstit säilyvät pitkään ja vanhenevat, mutta niitä ei ole etiikan mukaan sopivaa mennä myöhemmin muuttamaan tai poistamaan. (Kortesuo 2014, 17–18.)

Ennen kuin organisaatio aloittaa sosiaalisen median hyödyntämisen, kannattaa suunnittelu aloittaa miettimällä, miksi haluaa sitä käyttää ja mitä hyötyä sen käytöstä haluaa saada. Esimerkkejä näistä tavoitteista on: lisätä näkyvyyttä, seurata järjestöä koskevia keskusteluja, vahvistaa omaa brändiä, ta-

voittaa paremmin organisaation sidosryhmiä tai vaikuttaa ihmisten mielipiteisiin organisaation ajamista asioista. Tavoitteena sosiaaliseen mediaan liittymisessä on joka tapauksessa, että siitä syntyisi organisaatiolle konkreettista hyötyä, etteivät kaikki siihen käytetyt resurssit menisi hukkaan. (Seppälä 2014, 13, 15.)

Kun on tehty päätös organisaation sosiaalisen median tavoitteista, onkin hyvä ryhtyä miettimään omaa kohderyhmää sekä heidän roolejaan käyttäjinä. Tähän vaikuttaa tietenkin mietitty päätavoite, jotta löytää voi siihen sopivimman kohderyhmän eikä päädy etsimään vääränlaisia kontakteja. Kohderyhmästä pitää myös miettiä, mikä sosiaalisen median kanava tavoittaa heidät parhaiten. (Seppälä 2014, 16–17.)

Sosiaalisen median toiminnansuunnittelu voidaan jakaa kolmeen osaan: strategiaan, toimintasuunnitelmaan ja ohjeistukseen. Strategiassa on kuvattava selkeästi, mihin tulokseen halutaan päästä, keitä halutaan tavoittaa ja millaiset resurssit organisaatiolla on käytettävissä. Strategian tulee olla tiivis ja selkeäkielinen muistio, jossa kerrotaan lisäksi, miten viestintää seurataan ja kuinka saatuihin tuloksiin reagoidaan. Toimintasuunnitelma on strategiaa yksityiskohteisempi, ja siinä kerrotaan, miten organisaation sosiaalisen median strategiaa toteutetaan käytännössä. Sosiaalisen median ohjeistukset tehdään henkilöstölle tarkoitetut sisäiset ohjeet, julkiset koko sosiaalisen median toimintaa koskevat sekä kanavien ylläpitäjille luodut säännöt. (Seppälä 2014, 18–20.)

Keskeinen osa sosiaalisen median tehokasta käyttöä ovat kuuntelu ja keskustelujen seuraaminen. Keskusteluja seuraamalla organisaatio voi löytää aihepiiriinsä sopivat kanavat ja siten löytää myös aiheesta kiinnostuneita aktiivisia keskustelijoita. Kuuntelu taas opettaa ja auttaa kehittämään omaa kiinnostavaa sisältöä. (Seppälä 2014, 26.)

6.2 Hyvän sisällön tuottaminen

Keskeistä onnistuneen sisällön tuottamisessa on, että julkaisusta on hyötyä organisaatiolle sekä sisältö on kiinnostavaa ja huomiota herättävää. Toiminnan lopputulos on onnistunut, kun sisällöllä tavoitetaan kohderyhmä, siihen reagoidaan ja kohderyhmä toimii organisaation haluamalla tavalla. Organisaatio

tion asioista kannattaa puhua samoin, kuin kohderyhmä heistä puhuu, ja tarjota heille hyödyllistä tietoa. Ennen julkaisua voi tekstin lukea läpi ja miettiä samalla: ”Kiinnostuisitko itse siitä?”. (Seppälä 2014, 70.)

Sosiaaliseen mediaan kirjoittaminen eroaa tavallisesta viestinnästä siten, että verkkotekstin tulee olla tiivistä, helppolukuista ja sitä on pystyttävä silmäilemään. Sosiaalisessa mediassa on tärkeää vuorovaikutus, joten tekstinkin on oltava sellaista. Kun sinne luodaan tiivistä tekstiä, muut jaksavat lukea sen paremmin ja se saadaan jaettua laajemmalle joukolle, koska pitemmät tekstit jätetään helpommin lukematta. Tekstin ei tarvitse kattaa täysin koko asiaa, koska ideana on saada toiset kommentoimaan sitä, ja silloin siihen saadaan vuorovaikutteisuutta. Teksti voi sisällöltään olla myös kysyvää tai pohtivaa, kunhan se vaan pyrkii kommunikointiin. (Kortesuo 2014, 15–16.)

Sosiaalisessa mediassa tieto leviää nopeasti, joten tekstin tulee olla ajantasaista eikä kannata kirjoittaa esimerkiksi edellisviikon uutisista. Someen ei kannata kirjoittaa tekstiä, joka sisältää vaikeita sanoja tai virkakieltä, koska hyvä teksti on helppolukuinen. Sosiaalisessa mediassa ollaan rennompia, joten ei kannata pelätä huumorin käyttöä siihen sopivissa tilanteissa. Verkkoteksti voi olla markkinoivaakin, kunhan se on uskottavaa. Sosiaalisessa mediassa ei pärjää pelkästään sillä, että teksti on kiinnostavaa, vaan siellä täytyy osata markkinoida sitä lukijoille. (Kortesuo 2014, 16–17.)

Jokaisen organisaation jäsenen kannattaa käyttää sosiaalisessa mediassa omaa nimeään, koska se kasvattaa asiantuntijuutta ja luotettavuutta. Mielessä kannattaa pitää myös, että asiantuntija toimii aina organisaation edustajana, joten ei kannata mennä sanomaan mitä tahansa. Rooli pitää myös pitää ammattimaisena, eikä tarvitse kertoa yksityisasioista liikaa. Organisaation kaikille jäsenille tulee myös painottaa, ettei julkisuuteen kerro sisäisistä asioista eikä varsinkaan omaa työnantajaa saa mennä haukkumaan. On myös tärkeää muistaa, ettei organisaation asiakkaista saa siellä paljastaa liikaa. (Kortesuo 2014, 19–20.)

Hyvä verkkoteksti on silmälaitavissa olevaa. Apukeinoina voi käyttää luettelointia ja numerointia. Jos teksti on pitkä, voi käyttää myös väliotsikoita tekstin selkeyttämiseksi. Tekstistä voi myös lihavoida ydinsanoja, muttei niitä saa olla lihavoituna monia samassa kappaleessa. Tekstikappaleiden kannattaa olla lyhyitä ja loogisesti rakennettuja, esimerkiksi vain neljä virkettä on hyvä mitta

yhdelle kappaleelle. Tekstiin voi myös liittää siihen sopivia kuvia tai kaavioita. (Kortesuo 2014, 21–22.)

Toinen tärkeä osa verkkotekstiä on sen helppolukuisuus, koska vaikeaselkoinen ja monimutkaisuus voi aiheuttaa, etteivät ihmiset jaksa lukea sitä. Helppolukuisuuteen vaikuttaa kirjoitustyyli, eli kannattaa välttää virkakieltä ja monimutkaisia lauserakenteita. Kirjoitustyyliä voi käyttää sinä- ja minä-muotoja enemmän kuin etäännyttää tekstin kolmanteen persoonaan. Puhekielisyyttäkin voi käyttää, jottei tekstistä saa sellaista mielikuvaa, että kirjoittaja vaikutta hienostelijalta. Tekstiin on hyvä liittää konkreettisia esimerkkejä, jotta tekstin sisältö avautuu lukijalle paremmin. (Kortesuo 2014, 23–24.)

7 FACEBOOK

Facebook on levinnyt maailmanlaajuisesti yhteisöpalveluksi, mutta se on kuitenkin vain yksi monista kasvavista yhteisömedioista. Kaikissa maissa Facebook ei ole suurin palvelu, eikä välttämättä edes suurimpien joukossa. (Forsgård & Frey 2010, 32.)

Facebook perustettiin Harvardin yliopiston kampuksella Yhdysvalloissa vuonna 2003. Toiminnan alussa se suunnattiin ainoastaan Harvardin opiskelijoille ja sen käyttöä laajennettiin asteittain. Vuonna 2006 Facebook avattiin lopulta ympäri maailman toimivaksi yhteisöpalveluksi, johon liittymiseen ehtona oli sähköpostiosoitteen omistaminen ja vähintään 13 vuoden ikä. (Juslén 2014, 7.)

Facebook saavutti suomalaiset tosissaan vuonna 2007 yhdessä muiden pohjoismaiden kanssa. Facebook koettiin kuitenkin silloin ristiriitaisena, ja se näyttyi osittain verkostoitumisen ja oman itsensä brändäämisen välineenä, mutta myös turhanpäiväisenä ja jopa vaarallisena virtuaalimaailmana. Koettiin, että siellä pyöriminen veisi työnantajilta rahaa, koska ihmiset tuhlaavat siellä työaikaan. Lisäksi pelättiin, että Facebook vaarantaisi henkilön oman yksityisyyden ja siellä levitetäisiin työnantajista luottamuksellista tietoa. (Suominen, Östman, Saarikoski & Turtiainen 2013, 128–129.)

Vuonna 2015 Facebookilla oli kaksi miljoonaa päivittäistä käyttäjää Suomessa, joista jopa 1,6 miljoonaa kävi Facebookissa mobiililaitteilla. Kuukausitasolla mitatessa käyttäjiä oli 2,4 miljoonaa suomalaista. (Kärkkäinen 2015.)

7.1 Ryhmät ja sivut

Yksittäiset henkilöt voivat perustaa Facebook-sivuja pitämälleen tai jopa inhoamalleen yritykselle ja palvelulle. Facebookiin on näin syntynyt intranettiin verrattavissa oleva keskustelukanava, jossa puidaan positiivisia ja negatiivisia asioita myös organisaatioiden sisäisistä asioista. Näillä sivuilla ei välttämättä ole edes itse yritys mukana, mutta silti niiden sisältö voi olla merkittävää organisaation toiminnalle. Yhdelläkään organisaatiolla ei ole nykypäivinä siis varaa ohittaa Facebookin vaikutusvaltaa sekä hyvässä että pahassa mielessä, koska tavalla tai toisella he ovat mukana yhteisöllisessä mediassa. (Forsgård & Frey 2010, 46, 49.)

Facebookiin kannattaa organisaatioille luoda oma sivu eikä ryhmää. Sivun eroaa ryhmästä siten, että sivulle ei tule jäseniä vaan tykkääjiä. Sivujen tiedotteet ilmestyvät tykkääjien etusivuille muun tietovirran mukana. Facebook on tosin alkanut seuloa päivityksiä siten, että mitä enemmän seuraajia sivustolla on, sitä suuremmalla varmuudella päivitykset heille näkyvät. Sivuilla ei kannata päivittää omaa tilaansa montaa kertaa päivässä ilman mielenkiintoista sisältöä, koska seuraajat voivat ärsyntyä ja piilottaa ne kokonaan näkyviltä. (Kortesuo 2014, 37–38.)

Facebookiin voi luoda myös ryhmiä, jotka voivat olla avoimia, suljettuja tai salaisia. Avointa ryhmää voi kuka tahansa Facebook-käyttäjä seurata, mutta suljetuista ryhmistä kaiken sisällön näkevät vain ryhmän jäsenet, jotka ylläpitäjä hyväksyy. Salaiset ryhmät taas ovat kokonaan ulkopuolisilta salassa, ja ne näkyvät vain ryhmän jäsenille. (Seppälä 2014, 53–54.)

7.2 Ryhmän ylläpito

Ryhmät toimivat parhaiten, kun ne on suunnattu tiettyyn asiaan tai aihepiiriin. Ryhmiin voi jakaa sisältöä, niissä voi keskustella sekä luoda kyselyitä. Usein

ryhmät toimivat myös vertaistuen kanavana. Facebook-ryhmiä käytetään nykyään myös organisaatioiden sisäisessä viestinnässä. Facebook-päivitysten onnistumisesta voi seurata tarkkailemalla näyttökertoja, tykkäyksiä ja kommentointeja. Omien sivujen toimivuuteen voi siis itse vaikuttaa sillä, että oppii kokemuksesta ja tekee aiemmin kiinnostaneiden julkaisujen tyyliä. (Seppälä 2014, 53–54, 71.)

Facebook-sivuille kannattaa myös laittaa seuraajille ohjeet keskustelun sisältöön, jotta voi tehdä tarvittaessa jälkimoderointia. Varsinkin, jos ei ole ohjeita keskusteluille annettu, ja menee poistamaan vääränlaisen kommentin, siitä voi seurata negatiivista näkyvää palautetta. (Kortesuo 2014, 37–38.)

Facebook-päivitysten tavoitteena yleensä on saada mahdollisimman monta tykkäystä, seuraajat tarkastelemaan julkaisua tarkemmin, reagoimaan ja kommentoimaan sekä jakamaan tietoa omille kavereilleen. Facebook-sivun kautta voivat yksityishenkilöt lähettää organisaatiolle yksityisviestejä, joten sitä kautta voi hoitaa vaikka asiakaspalautteita. (Seppälä 2014, 53.)

Ylläpitäjänä voi vaikuttaa ryhmän sisällön onnistumiseen myös ajoittamalla päivityksen oikeaan aikaan. Käytännössä paras tapa selvittää kohderyhmän saavutettavuutta on tarkastella sisältöjen onnistumista tulneiden reaktioiden perusteella. On todettu, että Facebookissa on eniten käyttäjiä perjantai-iltaisin kello 21.00, joten silloin päivittämällä saisi todennäköisesti enemmän reaktioita. (Seppälä 2014, 74–75.)

8 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET

Kyselyn suunnittelun aloitin miettimällä, mitä perustietoja haluan tietää heidän senhetkisestä terveydentilastaan sekä millaiset taustatiedot ovat tarpeellisia. Facebook-ryhmään liittyviin kysymyksiin mietin, millaista sisältöä ryhmässä voisi toteuttaa ja listasin ne arvioitavaksi tärkeyden mukaan. Lisäksi liitin kysymyksiä, kuinka usein he toivoisivat uutta sisältöä ja mitkä päivät sekä kellonajat heidän mielestään olisi sopivimpia.

Kyselyni (liite1.) toteutin Kouvolan seudun ammattiopistossa 17. maaliskuuta 2016. Kyselyyn osallistui kaksi sähkö- ja automaatiotekniikkaa opiskelevaa

ryhmää. Molemmat ryhmät opiskelivat toista vuotta. Alkuperäisen suunnitelman mukaan oli tarkoituksena suorittaa kysely vain ryhmälle, joka osallistui Living Lab -työpajaani. Heidän ryhmässään opiskeli 14 nuorta miestä, mutta sinä aamuna paikalle saapui vain kuusi opiskelijaa ja odotimme paikalle saapuvaksi 12:ta opiskelijaa. Tämän vuoksi suoritin kyselyn myös toiselle ryhmälle, jossa opiskelijoita oli yhteensä 20. Näistä 20:stä paikalle saapui 16 nuorta miestä. Kummallakaan ryhmälle ei ollut ennakkotietoa, että olen tulossa suorittamaan heille kyselyäni, vaan he odottivat normaaleja oppitunteja.

Taulukko 2. Vastaajien ikäjakauma

	Frekvenssi	%
17	16	72,7
18	2	9,1
19	2	9,1
21	1	4,5
24	1	4,5
Yhteensä	22	100

Yhteensä vastauksia sain siis 22 nuorelta mieheltä. Taulukossa 2 on kuvattu vastaajien ikäjakauma, ja siitä käy ilmi, että suurin osa oli 17-vuotiaita eli 16 vastaajaa. Vastaajista kaksi oli ulkomaalaistaustaisia Suomeen muuttaneita, muut olivat suomalaisia. Toinen ulkomaalaisista oli kotoisin Venäjältä ja toinen Irakista. Näiden ulkomaalaistaustaisten miesten osalta kyselyyn vastaamisessa jouduttiin turvautumaan kielen kääntämiseen, jotta he ymmärsivät kaikki kysymykset oikein.

Suurin osa vastaajista ilmoitti kotipaikkakunnakseen Kouvolan tai lähikunnan. Taulukosta 3 näkyy, että Kouvola asuvia oli 12 vastaajaa eli 54,5 %. Yksi vastaajista oli kotoisin Kymenlaakson ulkopuolelta Tampereelta.

Taulukko 3. Kotipaikkakunnat

	Frekvenssi	%
Jaala	2	9,1
Kouvola	12	54,5
Kuusankoski	5	22,7
Selänpää	1	4,5
Tampere	1	4,5
Voikkaa	1	4,5
Yhteensä	22	100

Koulun ohella työssäkäyviä kyselyyn vastanneista oli vain 5 nuorta miestä, joten työssäkäynti ammattikoulun ohella ei vaikuta yhtä yleiseltä kuin ammattikorkeatasolla. Taulukossa 4 selviää prosentuaaliset erot työssäkäynnin 22,7 % ja ei työssäkäyvien 77,3 % välillä.

Taulukko 4. Työssäkäynti koulun ohella

	Frekvenssi	%
Kyllä	5	22,7
Ei	17	77,3
Yhteensä	22	100

8.1 Terveys-osio

Yleinen terveys -osio sisälsi kysymyksiä yleisestä terveydentilasta sekä liikunnan ja unen määrästä. Taulukossa 5 on yleisen terveydentilan arvioinnin vastaukset. Kukaan vastanneista ei valinnut vaihtoehtoa ”huono”, vaan vastaajat vastasivat kokevansa yleisen terveydentilansa joko hyväksi tai kohtalaiseksi. Tulokset menivät melkein tasan, mutta hyvä terveydentila oli 59,1 prosentilla eli 13 vastaajalla.

Taulukko 5. Terveydentila

Terveydentila	Frekvenssi	%
Hyvä	13	59,1
Kohtalainen	9	40,9
Yhteensä	22	100

Säännöllistä lääkitystä käyttäviä tai pitkäaikaissairauksia sairastavia oli vain pieni osa vastaajista. Taulukossa 6 ilmenee, että 81,8 % vastaajista ilmoitti, ettei omaa pitkäaikaissairauksia tai käytä säännöllistä lääkitystä.

Taulukko 6. Säännöllinen lääkitys tai pitkäaikaissairaus

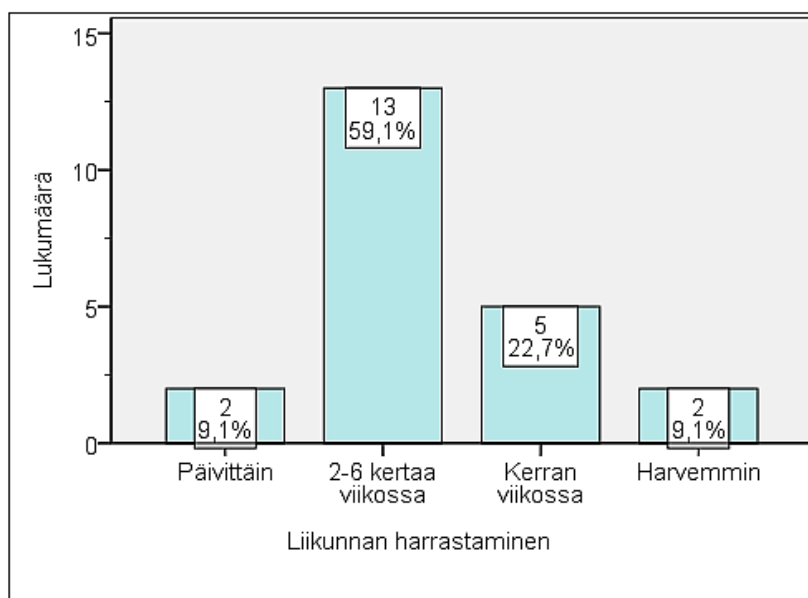
	Frekvenssi	%
Kyllä	4	18,2
Ei	18	81,8
Yhteensä	22	100

Verratessani säännöllistä lääkitystä käyttäviä tai pitkäaikaissairautta sairastavia oman terveydentilan kokemiseen huomasin, että kolme säännöllistä lääkitystä käyttävää koki terveytensä kohtalaiseksi, kuten taulukosta 7 näkyy. Kuitenkin yksi heistä koki terveytensä hyväksi. Tästä voin kuitenkin tehdä johtopäätöksen, että hyväksi terveydentilansa kokeneet eivät yleensä välttämättä sairasta mitään pitkäaikaissairauksia, vaan ovat perusterveitä nuoria miehiä.

Taulukko 7. Ristiintaulukointi pitkäaikaissairauden ja terveydentilan välillä

		Säännöllinen lääkitys tai pitkäaikaissairaus		Yhteensä
		Kyllä	Ei	
Terveydentila	Hyvä	1	12	13
	Kohtalainen	3	6	9
Yhteensä		4	18	22

Kuvaan 1 on listattu pylväinä, kuinka usein vastaajat harrastavat liikuntaa vähintään 30 minuuttia kerralla. Tulos on mielestäni hyvä, koska yli puolet vastanneista kertovat liikkuvansa 2–6 kertaa viikossa. Päivittäin ja harvemmin kuin kerran viikossa liikkujia on molempia 2 vastaajaa.



Kuva 1. Liikunnan harrastaminen (vähintään 30 min. kerralla)

Fyysistä kuntoaan kukaan vastaajista ei tuntenut huonoksi, kuten taulukosta 8 ilmenee. Hyvän fyysisen kunnon tunsi omaavansa 40,9 prosenttia vastaajista eli 9 nuorta miestä. Vaikka kaksi vastaajaa ilmoitti liikkuvansa harvemmin kuin kerran viikossa, hekin tämän tiedon pohjalta kokivat fyysisen kuntosensa vähintäänkin kohtalaiseksi. Parantamisvaraa on heillä, jotka liikkuvat vain kerran viikossa tai harvemmin, että hekin kokisivat fyysisen kuntosensa paranevan.

Taulukko 8. Fyysinen kunto

	Frekvenssi	%
Hyvä	9	40,9
Kohtalainen	13	59,1
Yhteensä	22	100

Kyselyssäni kysyttiin avoimella kysymyksellä yöunen määrää arkisin ja viikonloppuisin. Arkisin vastaajat ilmoittivat nukkuvansa 4–9 tuntia ja viikonloppuisin 7–13 tuntia, kuten taulukosta 9 ilmenee. Mielestäni alle kuuden tunnin yöunet ovat erittäin vähäiset. Keskiarvo unenmäärä on vain 6,9 tuntia arki öisin, mutta viikonloppuisin se on jo 9,09 tuntia. Taulukosta 10 ilmenee, että suurin osa kyselyyn vastanneista tuntee aamuisin olonsa vähintään joskus väsyneeksi.

Taulukko 9. Yöunen tunnusluvut

	Yöuni arkisin	Yöuni vkl
Keskiarvo	6,91	9,09
Minimi	4	7
Maksimi	9	13

Taulukossa 10 on ristiintaulukoitu arkiunen määrä aamuväsymyksen tunteeseen. Arkisin enintään viisi tuntia nukkuvista lähes kaikki ilmoittivat tuntevansa aamulla olonsa väsyneeksi, jonka selittää minusta selkeästi liian vähäinen unenmäärä. Enemmän yöunta saavista suurin osa näyttää tuntevan olonsa vain joskus väsyneeksi.

Taulukko 10. Yöunen määrä arkisin ristiin verrattuna aamuväsymykseen

		Yöunen määrä arkisin			Yhteensä
		enintään 5 h	6-7 h	vähintään 8 h	
Aamuväsymys	Kyllä	2	1	0	3
	Ei	1	2	2	5
	Joskus	1	5	8	14
Yhteensä		4	8	10	22

Taulukosta 11 selviää, että viikonloppuisin vastaajat nukkuvat pidemmät yöunet ja aamuväsymyksen määrä ei ole niin selkeästi eroteltavissa eri unimääriin kuin arkisin. Esimerkiksi 11 tuntia tai enemmän nukkuvat ilmoittivat tuntevansa olonsa väsyneeksi aamuisin vähintään joskus. Kun taas enintään 8 tuntia nukkuvat menevät tasan aamuväsymyksen ja virkeyden tunteen välillä. Kaikki 9–10 tuntia viikonloppuisin nukkuvat tunsivat olonsa joskus väsyneeksi.

Taulukko 11. Yöunen määrä viikonloppuisin ristiin verrattuna aamuväsymykseen

		Yöunen määrä viikonloppuisin			Yhteensä
		enintään 8 h	9-10 h	vähintään 11 h	
Aamuväsymys	Kyllä	1	0	2	3
	Ei	5	0	0	5
	Joskus	4	8	2	14
Yhteensä		10	8	4	22

Taulukkoon 12 on listattu kyselyyn vastanneiden vastaukset kysymykseen: ”Millaiseksi koet mielentilasi?”. Suurin osa eli 68,2 prosenttia vastaajista ilmoitti mielentilansa olevan hyvä. Yksi 22 vastaajasta ilmoitti mielentilansa olevan huono, mutta kokonaistuloksena kuitenkin näiden nuorten miesten keskuudessa ei näytä olevan ongelmia mielentilan kanssa.

Taulukko 12. Mielentila

	Frekvenssi	%
Hyvä	15	68,2
Kohtalainen	6	27,3
Huono	1	4,5
Yhteensä	22	100

Ruokailutottumukset

Ruokailuun liittyviin kysymyksiin valitsin energiajuomien käytön ja pikaruokan syömisen, koska minun käsitykseni mukaan nuoret miehet juovat hälyttävän paljon energiajuomia ja syövät pikaruokaa. Pikaruuan syöminen korostuu etenkin silloin, kun he asuvat yksin, eivätkä osaa itse tehdä kokonaisvaltaisia aterioita. Päivittäin tai useimmiten vastaajista lähes kaikki ilmoittivat syövänsä lounaan, kuten taulukosta 13 ilmenee. Luulen sen johtuvan siitä, että koulussa heille tarjotaan lounasta jokaisena koulupäivänä. Ainoastaan 2 vastaajaa ilmoitti, ettei sitä syö. Aamiaisen puolestaan jättää välistä 10 vastaajaa, sen luulen johtuvan siitä, että heillä ei ole aamuisin aikaa tai ruokahalua sitä syödä ennen kouluun lähtöä. Päivällistä eli illalla syötävän lämpimän aterian sekä iltapalan söi 18 vastaajaa eli 4 vastaajaa näyttää jättävän ne yleensä väliin. Kokonaistuloksena luulen, että jokainen näistä nuorista miehistä syö vähintään yhden lämpimän aterian päivässä, mikä on hyvä asia.

Taulukko 13. Päivittäiset ateriat

	Aamiainen	Lounas	Päivällinen	Illtapala
Yhteensä	12	20	18	18

Energiajuomia ei käytä koskaan vain 3 vastaajaa 22:sta, mikä on todella pieni määrä. Energiajuomat siis osoittautuivat ennakkokäsitykseni mukaisesti osaksi näiden nuorten miesten ruokailutottumuksia, kuten taulukosta 14 ilmenee. Kyselyä tehdessäni toisessa ryhmässä näillä nuorilla miehillä oli myös mukanaan erilaisia energiajuomia. Energiajuomat ovat haitallisia kaikille niitä säännöllisesti nauttivilla, ja olisi mielestäni tärkeää saada niiden kulutusta vähemmälle jo heti alkuvaiheessa, jottei niistä muodostu epäterveellistä tapaa korvata aterioita tai terveellisempiä välipaloja. On kuitenkin hyvä, että vain 4 vastaajaa sanoivat juovansa niitä säännöllisesti.

Taulukko 14. Energiajuomien käyttö

	Frekvenssi	%
Säännöllisesti	4	18,2
Joskus	15	68,2
Ei ollenkaan	3	13,6
Yhteensä	22	100

Pikaruogan syöminen ilmenee taulukosta 15. Lähes kaikki vastaajista söivät vähintään joskus pikaruokaa, mikä kertoo osaltaan epäterveellisistä ruokailutottumuksista. Ainoastaan yksi vastaajista ilmoitti, ettei syö pikaruokaa ollenkaan. Positiivista tuloksissa on kuitenkin, että heistä ainoastaan kaksi sanoi syövänsä niitä säännöllisesti.

Taulukko 15. Pikaruogan syöminen

	Frekvenssi	%
Säännöllisesti	2	9,1
Joskus	19	86,4
Ei ollenkaan	1	4,5
Yhteensä	22	100

Kuukauden ajan tuntemukset

Näillä kysymyksillä kartoitin erilaisia negatiivisia tunteita, joita vastaajat olivat tunteneet viimeisen kuukauden aikana. Taulukossa 16 on listattu masentuneisuuden tuntemukset. Tulos on erittäin positiivinen, koska vain kaksi vastaajaa

ilmoitti tunteneensa masennusta viimeisen kuukauden aikana. Stressaantuneisuutta taas taulukon 17 perusteella oli kokenut 36,4 prosenttia vastanneista eli 8 nuorta miestä. Stressaantuneisuus näyttää siis olevan aika yleistä ammattikoulussa opiskelevilla nuorilla miehillä.

Taulukko 16. Masentuneisuus

	Frekvenssi	%
Kyllä	2	9,1
Ei	20	90,9
Yhteensä	22	100

Taulukko 17. Stressaantuneisuus

	Frekvenssi	%
Kyllä	8	36,4
Ei	14	63,6
Yhteensä	22	100

Ärtynisyyttä oli kokenut viimeisen kuukauden aikana lähes puolet vastanneista eli 10 nuorta, kuten taulukosta 18 näkee. Ärtynisyyden tunne on siis myös yleistä näiden vastaajien joukossa. Keskittymishäiriöitä on kokenut vain 4 vastaajaa eli 18,2 prosenttia näistä nuorista miehistä. Tulos on sinällään hyvä, että he eivät ole kokeneet keskittymishäiriöitä sen enempää ja se varmasti vaikuttaa myös positiivisesti heidän opintoihinsa.

Taulukko 18. Ärtynisyys

	Frekvenssi	%
Kyllä	10	45,5
Ei	12	54,5
Yhteensä	22	100

Taulukko 19. Keskittymishäiriöt

	Frekvenssi	%
Kyllä	4	18,2
Ei	18	81,8
Yhteensä	22	100

Taulukon 20 mukaan pelkoa tulevaisuudesta oli kokenut saman verran vastaajista kuin stressaantuneisuutta. Ne voivat osittain olla rinnasteisia negatiivi-

sia tuntemuksia, koska tulevaisuuden epävarmuus voi aiheuttaa myös stressaantuneisuuden tunnetta. Elämänsä tyytymättömiä oli taulukon 21 perusteella ollut vain kolme vastaajaa ja elämänsä oli ollut tyytyväisiä jopa 86,4 prosenttia vastanneista. Se on hyvä luku, koska oletan sen tiedon perusteella, ettei heillä ole ollut suurempia murheita elämässään.

Taulukko 20. Pelkoa tulevaisuudesta

	Frekvenssi	%
Kyllä	8	36,4
Ei	14	63,6
Yhteensä	22	100

Taulukko 21. Elämään tyytymättömyys

	Frekvenssi	%
Kyllä	3	13,6
Ei	19	86,4
Yhteensä	22	100

Päihteiden käyttö

Päihteiden käytön tulkintaa varten jaoin kyselyyn vastanneet alaikäisiin (17-vuotiaat) sekä täysikäisiin (18–24-vuotiaat). Tämän tein siksi, jotta voin erikseen analysoida varsinkin alaikäisten päihteiden käyttöä, koska lain mukaan he eivät saisi niitä käyttää. Valitettavasti tästäkin otosryhmästä ilmeni alaikäisten keskuudesta päihteiden käyttöä. Taulukon 22 mukaan tupakoinnin osalta tästä ryhmästä ei löytynyt kuin kaksi täysi-ikäistä miestä, jotka ilmoittivat polttavansa. Alaikäisten kohdalta tässä oli positiivista, että heistä ainoastaan kaksi 16 nuoresta sanoi polttavansa tupakkaa satunnaisesti. Tupakoinnin ollessa erittäin yleistä kymenlaaksolaisten miesten keskuudessa kyselyyni vastanneista nuorista miehistä kuitenkin suurin osa ei polta ollenkaan.

Taulukko 22. Tupakointi ikäryhmittäin

		Tupakointi			Yhteensä
		Kyllä	Satunnaisesti	Ei ollenkaan	
Ikäryhmät	17 v	0	2	14	16
	18–24 v	2	1	3	6
Yhteensä		2	3	17	22

Nuuskan käyttö puolestaan näytti osoittautuvan alaikäisten paheeksi, kuten taulukosta 23 käy ilmi. Säännöllisesti nuuskaa ilmoitti käyttävänsä 4 alaikäistä,

kun taas otosryhmän täysi-ikäisistä ainoastaan yksi käyttää sitä ja hänkin vain satunnaisesti.

Taulukko 23. Nuuskan käyttö ikäryhmittäin

		Nuuskan käyttö			Yhteensä
		Kyllä	Satunnaisesti	Ei ollenkaan	
Ikäryhmät	17 v	4	2	10	16
	18–24 v	0	1	5	6
Yhteensä		4	3	15	22

Huumeiden käytön osalta tässä ryhmässä ei näytä olevan siitä ongelmaa.

Taulukosta 24 näkyy, että kaikki kyselyyni vastanneet ilmoittivat, etteivät käytä huumeita, mikä on erittäin hyvä asia. Kaksi vastaajaa ilmoitti kuitenkin kokeilleensa joskus huumaavia aineita, kuten taulukosta 25 ilmenee. Toinen sanoi kokeilleensa pari kertaa ja toinen kaksi kertaa, joten heilläkin huumeet ovat osoittautuneet vaan kokeiluksi.

Taulukko 24. Huumeiden käyttö

	Frekvenssi	%
Ei ollenkaan	22	100

Taulukko 25. Huumeiden kokeilu

	Frekvenssi	%
Ei vastausta	20	90,9
Kokeillut 2 kertaa	1	4,5
Kokeillut pari kertaa	1	4,5
Yhteensä	22	100

Alkoholin käyttö näyttää olevan suurimmalle osalle vastanneista jonkinlainen osa elämää, kuten taulukosta 26 ilmenee. Alaikäisistä kolme ilmoitti käyttävänsä sitä viikoittain, mikä on erittäin huolestuttavaa. Kun asiaa en tarkastellut sen tarkemmin, jäi kysymysmerkiksi, mitä kautta he näitä alkoholijuomia saavat, koska eivät he voi sitä laillisesti itse ostaa. Vain kahdeksan vastaajaa ilmoitti, ettei käytä alkoholia ollenkaan, mikä on heidän kannaltaan erittäin hyvä asia.

Taulukko 26. Alkoholin käyttö ikäryhmittäin

		Alkoholi				Yhteensä
		Viikoit- tain	1-2 ker- taa kk	Har- vemmin	Ei ol- lenkaan	
Ikäryh- mät	17 v	3	2	4	7	16
	18–24 v	2	1	2	1	6
Yhteensä		5	3	6	8	22

Kyselyssäni tiedustelin, kokevatko vastaajat päihteiden käyttönsä haittaavan elämäänsä ja kuten taulukosta 27 näkyy, suurin osa vastasi, ettei siitä ole haittaa. Tämä on mielestäni hälyttävää, koska ryhmässä oli kuitenkin ihmisiä, jotka ilmoittivat käyttävänsä päihteitä säännöllisistä tai jonkin verran ja vain kaksi vastaajaa ilmoitti siitä olevan haittaa. On huolestuttavaa, että elämänsä tuossa vaiheessa nämä nuoret miehet eivät tiedosta päihteiden käytön vaaroja. Voi tietenkin olla, etteivät he osaa ajatella pidemmälle aikavälille kohdistuvia seurauksia tai he eivät vain välitä haittavaikutuksista juuri ollenkaan.

Taulukko 27. Päihteiden käytön haittavaikutus elämään

	Frekvenssi	%
Kyllä	2	10,5
Jossain määrin	3	15,8
Ei	14	73,7
Yhteensä	19	100

Ihmissuhteet

Ihmissuhteisiin liittyvillä kysymyksillä halusin selvittää, millainen tukiverkosto näillä nuorilla miehillä on ja voivatko he kääntyä jonkun läheisen puoleen ongelmissaan. On erittäin tärkeää, että nuorilla miehillä on ympärillään jonkinlainen tukijoukko, koska sekin ennaltaehkäisee tietyllä tavalla syrjäytymisriskiä ja ongelmia heidän tulevaisuudessaan, mikä on Kymenlaakson miesten keskuudessa havaittavissa. Parisuhteessa olevia taulukon 28 mukaan oli seitsemän vastaajaa eli 31,8 %.

Taulukko 28. Parisuhteessa

	Frekvenssi	%
Kyllä	7	31,8
Ei	15	68,2
Yhteensä	22	100

Kyselyssäni kysyttiin omaa mielipidettä siitä, onko heillä mielestään riittävästi kavereita ja kaikki 22 vastaajaa ilmoitti, että heillä on kavereita. Taulukosta 29 kuitenkin ilmenee, että osa vastanneista tuntee vähintään joskus yksinäisyyttä. On tietenkin mahdollista, etteivät he tukeudu ja puhu läheisilleen kaikista asioista, ja sen takia voivat kokea olonsa yksinäiseksi välillä.

Taulukko 29. Yksinäisyyden tunne ristiin verrattuna kavereiden riittävyyteen

		Yksinäisyys			Yhteensä
		Kyllä	Joskus	Ei	
Riittävästi kavereita	Kyllä	1	4	17	22
Yhteensä		1	4	17	22

Taulukosta 30 käy ilmi, että 86,4 prosenttia vastanneista ovat läheisiä perheensä kanssa. Vain kolme vastaajaa ilmoitti, että heillä on etäisemmät välit omaan perheeseensä. Taulukosta 31 taas ilmenee, että jopa 90,9 prosentilla vastanneista on joku läheinen ihminen, jolla voi jutella kaikista huolistaan ja asioistaan. Joillekin ihmisille voi kuitenkin olla vaikeaa avautua ja kertoa huolistaan, vaikka heillä olisikin henkilöitä lähellä.

Taulukko 30. Läheiset välit perheen kanssa

	Frekvenssi	%
Kyllä	19	86,4
Ei	3	13,6
Yhteensä	22	100

Taulukko 31. On läheisiä, joiden kanssa voi jutella kaikista asioista

	Frekvenssi	%
Kyllä	20	90,9
Ei	2	9,1
Yhteensä	22	100

Vapaa-ajanvietto

Kyselyssäni halusin selvittää, miten nuoret miehet yleensä viettävät vapaa-aikaansa. Taulukkoon 32 on koottu kaikki saadut vastausmäärät. Mielestäni on hieman outoa, että kaksi vastaajista ilmoitti, ettei yleensä vietä kavereiden kanssa aikaansa. Koska edellisissä tuloksissa tuli ilmi, että kaikilla vastanneilla on omasta mielestään riittävästi kavereita. 17 vastaajaa ilmoitti pelaavansa konsoli- tai tietokonepelejä vapaa-ajallaan ja osasinkin odottaa, että joukkoon mahtuu tällaisia pelaajamiehiä. Television katselu taas osoittautui

yllättävän alhaiseksi, koska vain kahdeksan nuorta miestä oli valinnut tämän vaihtoehdon tavalliseksi vapaa-ajanviettotavaksi.

Taulukko 32. Vapaa-ajan vietto yleensä

	Kavereiden kanssa	Harrastaa liikuntaa	Pelaa pelejä	Katselee tv:tä	Muulla tavalla
Kyllä	20	13	17	8	6
Ei	2	9	5	14	16
Yhteensä	22	22	22	22	22

Liikunnan harrastamisvaihtoehtoon lisäsin kohdan, millaista liikuntaa he harrastavat. Liikuntaa ilmoitti harrastavansa vapaa-ajalla 13 vastaajaa, mikä on hieman enemmän kuin puolet vastaajista. Liikuntalajit, jotka he ilmoittivat: jalkapallo, jääkiekko, lenkkeily, kuntosali, peruskuntoilu, pyöräily, lajiharjoitukset, sukellus sekä uppopallo. Heidän joukkoonsa mahtui siis monia erilaisia tapoja liikkua vapaa-ajallaan. Osalla vastanneista oli samoja lajeja kuin muillakin, mutta listaan keräsin vain lajit, joita kyselyssä tuli ilmi.

Kysymysvaihtoehtoon, jossa he voivat kertoa viettävänsä aikaa muulla tavalla kuin edellä mainitut, sain kuusi vastausta. Vastauksia oli autojen kanssa puuhailu, mopon rassaaminen, lukeminen, maatilan työt, VPK:n harjoitukset sekä yksi vastaaja ilmoitti viettävänsä vapaa-aikaansa myös juomalla. Yleisesti ottaen jokaisella vastanneista oli vapaa-ajallaan jotain tekemistä.

Asuinympäristö

Halusin lisäksi selvittää, mitä mieltä nämä nuoret miehet ovat asuinympäristöstään asteikolla 1–10, siten että yksi on huonoin. Tähän kysymykseen sain 21 vastausta. Taulukkoon 33 tein ryhmittelyn eri arvosanoista, ja yleisin vastaus oli arvosanat 6–8, joita sain 52,4 prosenttia vastauksista. Arvosanaan viisi ja siitä alemmas sain vain kolme vastausta eli 14,3 prosenttia. Taulukkoon 34 kokosin erilaisia tunnuslukuja näistä arvosanoista. Pienin annettu arvosana oli 2 ja suurin 10. Keskiarvoksi muodostui 7,48 ja mediaaniluku oli 8. Vaikka luvuissa oli hajontaa pienestä suurimpaan, kuitenkin asuinympäristön keskiarvo oli ihan hyvä.

Taulukko 33. Asuin ympäristön arvosana 1-10

	Frekvenssi	%
Enintään 5	3	14,3
6-8	11	52,4
Vähintään 9	7	33,3
Yhteensä	21	100

Taulukko 34. Asuin ympäristön arvosanan tunnusluvut

Minimi	2
Maksimi	10
Keskiarvo	7,48
Mediaani	8

Halusin lisäksi selvittää, onko heidän lähistöllään kuntoilu- tai liikuntamahdollisuuksia sekä harrastusmahdollisuuksia, jotka osaltaan voivat vaikuttaa asuin ympäristön arvosanaan. Taulukosta 35 selviää, että lähes kaikki ilmoittivat lähistöltään löytyvän kuntoiluun sopivia paikkoja. Vain 13,6 prosenttia vastanneista vastasi, ettei niitä löydy. Harrastusmahdollisuudet on kuvattu taulukossa 36. Vastanneista 68,2 prosenttia ilmoitti, että lähistöltä löytyy muita harrastusmahdollisuuksia.

Taulukko 35. Kuntoilu- ja liikuntapaikat

	Frekvenssi	%
Kyllä	19	86,4
Ei	3	13,6
Yhteensä	22	100

Taulukko 36. Harrastusmahdollisuudet

	Frekvenssi	%
Kyllä	15	68,2
Ei	7	31,8
Yhteensä	22	100

8.2 Facebook-osio

Ensin halusin selvittää kyselyyn vastanneilta taustatiedoksi, onko heillä Facebook-profiilia ja kuinka usein he siellä vierailevat. Tavoitteena oli saada heistä mahdollisimman moni liittymään Facebook-ryhmääni "Terveystietoa nuorille

kymenlaaksolaisille miehille”. Kuten taulukossa 37 näkyy, 22 vastaajasta vain kaksi ilmoitti, ettei hänellä oli Facebook-profiilia luotuna.

Taulukko 37. Facebook-profiili

	Frekvenssi	%
Kyllä	20	90,9
Ei	2	9,1
Yhteensä	22	100

Suurin osa 20 Facebook-profiilin omaavista kertoi vierailevansa Facebookissa päivittäin, kuten taulukosta 38 näkee. Neljäsosa vastanneista käy Facebookissa 2–6 kertaa viikossa ja ainoastaan yksi vastaajista sanoi käyvänsä siellä harvemmin kuin kerran viikossa. Vaikka suurin osa on säännöllisiä Facebook-kävijöitä, silti jokainen vastanneista sanoi päivittävänsä oman profiilinsa tilaa harvemmin kuin kerran viikossa. Taulukon 39 tiedon perusteella voin päätellä, että he eivät ole Facebookissa aktiivisia kuulumisten jakajia, vaan ovat enemmän vain seuraamassa kavereidensa toimintaa.

Taulukko 38. Facebook-käynnit

	Frekvenssi	%
Päivittäin	14	70,0
2-6 kertaa viikossa	5	25,0
Harvemmin kuin kerran viikossa	1	5,0
Yhteensä	20	100

Taulukko 39. Facebook-tilapäivitykset

	Frekvenssi	%
Harvemmin kuin kerran viikossa	20	100

Ryhmän sivujen sisältö

Näiden kysymysten tarkoitus oli pohjustaa osana opinnäytetyötäni ylläpitämäni Facebook-ryhmää, jonka pääpaino on terveystiedon välittämisessä. Eri-tyyppiset päivitykset ja sivujen sisältö oli kyselyssäni neliasteisella tärkeysasteikolla, josta vastaaja valitsi sopivimman vaihtoehdon. Lisäksi kyselyssäni oli tyhjä kohta, johon vastaaja voi täyttää muunlaisen sisältötyypin. Siihen sain kaksi vastausta, yksi vastaaja ehdotti ruokakuvien jakamista ja toinen toivoi ryhmässä olevan myös muunlaista sisältöä terveystiedon ohella. Kyselyni lopussa olleeseen ”muista toiveita tai ideoita liittyen Facebook-ryhmään” yksi

vastaaja oli kirjoittanut, että ryhmässäni voisi kysellä muiden terveystottumuksista.

Taulukkoon 40 on kirjattu kaikkien erilaisten sisältöjen keskiarvot, arviointi oli 1–4 ja keskiarvot ovat kaikki alle kolmen. Pienin keskiarvo eli 1,67 oli kilpailulla ilman palkintoa. Suurin keskiarvo oli asiantuntijan neuvoilla, ja se sai keskiarvoksi 2,48. Toiseksi suurimman keskiarvon saivat terveysvinkit ja tsemppausviestit, molemmilla 2,38. Vertaistuen ollessa toiseksi viimeisenä keskiarvolla 1,9, kertoo osaltaan siitä, etteivät nämä nuoret miehet ole halukkaita jakamaan omia asioitaan Facebook-ryhmän sisällä. Kaikkien keskiarvot ovat kuitenkin aika pienillä eroilla, joten mikään tyyppi ei eronnut toisista suuresti.

Taulukko 40. Facebook-ryhmän erilaisten sisältöjen keskiarvot

	Keskiarvo
Asiantuntijan neuvot	2,48
Terveysvinkit	2,38
Tsemppaus	2,38
Terveysuutisten jakaminen	2,24
Kyselyt	2,14
Henkilökohtainen tukeminen yksityisviesteillä	2,05
Kilpailut, joissa on palkinto	2
Vertaistuki	2
Menovinkit	1,9
Kilpailut ilman palkintoa	1,67

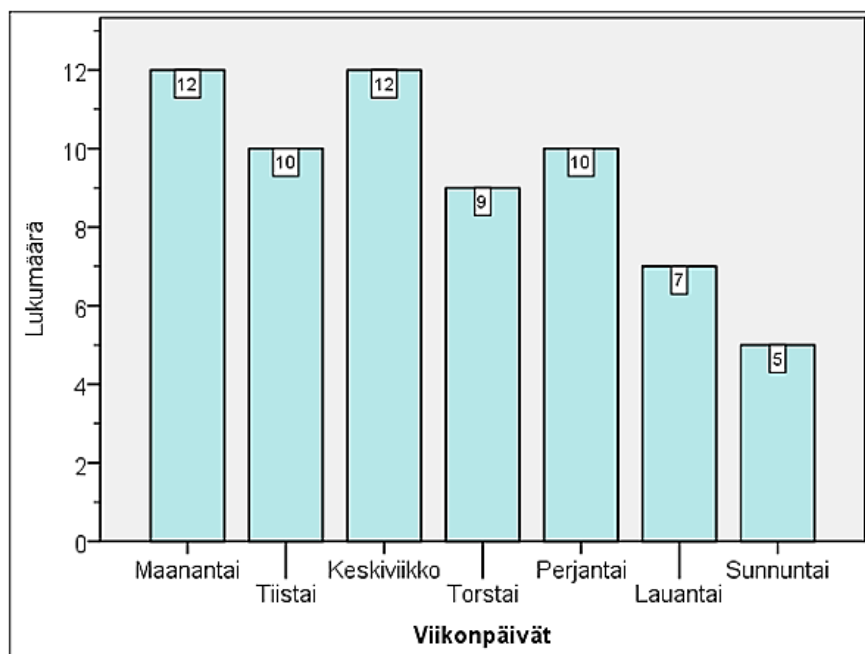
Päivitysten tiheys ja aikataulu

Päivitysten tiheyttä kysyin siksi, koska halusin saada tiedon, kuinka usein he haluaisivat saada siellä tietoa. Aikataulun osalta he saivat myös vaikuttaa valitsemalla sopivat viikonpäivät ja kellonajat, jolloin he parhaiten näkisivät kaikki päivitykset. Taulukkoon 41 on koottu vastaukset kysymykseen, kuinka usein he toivoisivat päivityksiä Facebook-ryhmääni. Vastaukset jakautuivat aika lailla tasan kaikkien kuuden vaihtoehdon kesken, mutta eniten eli 6 vastausta sai 4–6 kertaa viikossa ja päivittäin sai toisena 4 ääntä. Yksi vastaajista jopa toivoi päivityksiä olevan enemmän kuin kerran päivässä.

Taulukko 41. Päivitysten tiheys Facebook-ryhmässäni

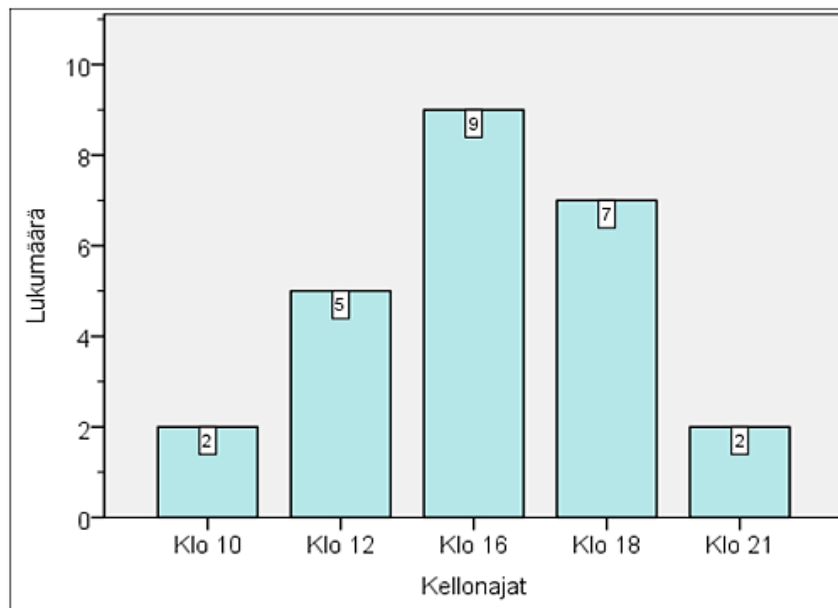
	Frekvenssi	%
Useammin kuin kerran päivässä	1	5,3
Päivittäin	4	21,1
4-6 kertaa viikossa	6	31,6
2-3 kertaa viikossa	3	15,8
Kerran viikossa	2	10,5
Harvemmin	3	15,8
Yhteensä	19	100

Kuvaan 2 on listattu pylväinä kaikkien viikonpäivien valinnat ja kuvaan 3 kellonaikojen valinnat. Maanantai ja keskiviikko saivat molemmat 12 ääntä ja toiseksi eniten tiistai ja perjantai molemmat 10 ääntä. Vähiten valintoja sai sunnuntai, jota toivoi vain viisi nuorta miestä.



Kuva 2. Viikonpäivien valinnat Facebook-ryhmässäni

Suosituin kellonaika näyttää olevan kuvan 3 mukaan kello 16.00. Toiseksi eniten toivottiin kello 18.00. Kello 10.00 ja kello 21.00 olivat vähiten valittuja, molempia oli valittu kaksi kertaa. Tämän tiedon perusteella parhaat vaihtoehdot Facebook-ryhmän tilapäivityksille olisivat maanantaisin ja keskiviikkoisin kello 16.00 tai kello 18.00.



Kuva 3. Kellonaikojen valinnat Facebook-ryhmääni

9 FACEBOOK-RYHMÄN TOTEUTUS

Loin Facebook-ryhmäni ”Terveystietoa nuorille kymenlaaksolaisille miehille” 13. maaliskuuta 2016. Ensimmäisenä ryhmälleni täytyi luoda oikeanlainen kuvaus, joka kertoi ryhmän sisällöstä ja tarkoituksesta. Kuvassa 4 on kuvankaappaus ryhmäni seinältä, jossa näkyy ryhmälleni luomani kuvaus. Ryhmäni kuvaus siis määritteli, että ryhmä on tarkoitettu kymenlaaksolaisille nuorille miehille ja ideana oli testata terveystiedon välittämistä Facebookin avulla. Lisäksi loin säännön keskustelulle, jossa pyysin asiallista keskustelua, jottei minun ylläpitäjänä tarvitse poistella asiattomia viestejä.



Kuva 4. Facebook-ryhmäni kuvaus

Ryhmäni oli suljettu, joten kaikki Facebookissa olevat voivat nähdä ryhmän olemassaolon, mutta vain ryhmään kuuluvat näkevät sen sisällön. Määrittelin asetuksiin, että kaikki voivat pyytää lisäämistä ryhmään ja kutsua muita, mutta minulla oli ylläpitäjänä ainoastaan oikeudet hyväksyä uudet jäsenet. Kaikilla ryhmän jäsenillä oli oikeudet osallistua keskusteluun ja lisätä sinne sisältöä.

Facebook pyysi myös määrittelemään ryhmän tyyppin, johon valitsin ”tuki”.

Ryhmän kuvakkeeksi valitsin omenan kuvan, koska valmiissa vaihtoehtoissa ei ollut muita terveyttä kuvaavia. Pyrin pitämään ryhmän rentona eikä liian vakavana. Ryhmän sisällön suunnittelussa minulla oli apuna kyselytutkimukseni tulokset, joista sain paremman mielikuvan, millaista terveystietoa he haluavat ja tarvitsevat. Lisäksi sain kyselyni avulla tietää, kuinka usein he haluaisivat päivityksiä tulevan ja mihin kellonaikaan heille on sopivinta.

Ryhmän asetukset saatuani oikeanlaiseksi olikin aika ruveta luomaan sisältöä ja hankkimaan jäseniä ryhmään. Yritin rekrytoida ryhmään jäseniä Kymenlaakson ammattikorkeakoulun ”Opiskelijan infotaulu”-ryhmän avulla, mutta sitä kautta ei löytynyt kiinnostuneita. Yritimme myös tuttavien ja kavereiden kautta saada lisää nuoria miehiä liittymään ryhmään huonoin tuloksin. Suurin osa ryhmän jäsenistä tuli siis kyselytutkimukseeni vastanneista Kouvolan seudun ammattiopistosta ja työkaverini hankkimilla jäsenillä.

Liitteessä 3 on kirjattuna kaikkien päivityksieni ajankohdat, tyypit ja saamani tykkäyksien ja kommenttien määrät. Minulla oli vaikeuksia saada aktivoitua ryhmän jäseniä osallistumaan keskusteluun ja ryhmän oltua kasassa kaksi viikkoa, sain vain muutamia kommentteja postauksiini ja tykkäyksiä jonkin verran. Ryhmässäni oli sillä hetkellä 30 nuorta miestä, joten näistä hyvin pieni osa oli osallistunut jollain tavalla päivityksiini. Seurasin koko ajan päivityksiä, kuinka moni heistä oli nähnyt minkäkin päivityksen. Näistä luvuista minulle selvisi, etteivät kaikki ryhmään liittyneet nuoret miehet olleet edes nähneet luomaani sisältöä. Tässä vaiheessa minulla ei ollut vielä kyselytutkimuksen tuloksia analysoituna, joten päivitin sisältöä saadessani idean päivityksen sisältöön.

Ryhmän ollessa kasassa nelisen viikkoa menetin muutaman jäsenen ryhmästä, ja jäljellä jäi 28 nuorta miestä. Muutenkin heidän innostuksensa tuntui hävinneet entisestään. Kävijöiden määrä laski hieman alusta, esimerkiksi alussa ryhmän kuvauksen oli nähnyt 25 jäsentä. Päivityksen nähneiden määrä pysytteli 16 tuntumassa, joten edelleenkin kaikki ryhmään liittyneet nuoret miehet eivät olleet käyneet katsomassa luomaani sisältöä.

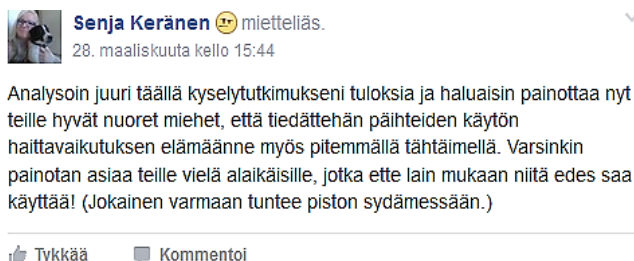
Eniten tykkäyksiä sain pääsiäisen aikaan julkaisemaani pääsiäistoivotukseen, johon liitin kuvan suklaavarastostani, jotka minulta kaapista löytyivät (Kuva 5.). Sain sille 6 tykkäystä. Tämäkin siis mielestäni tuki analyysiäni, että huumori puree heihin paremmin.

Oikein hyvää pääsiäistä kaikille! 😊 Miten te vietätte pääsiäistä? Minun pääsiäinen menee opparin teossa. Tässä teille varoittava esimerkki minun epäterveellisestä suklaavarastostani. 😊



Kuva 5. Facebook-ryhmäni tykätyn päivitys

Vertailun vuoksi päivitin yhden vakavahenkisen päivityksen päihteiden haittavaikutuksesta (Kuva 6.). Tälle päivityksellä, jonka tarkoituksena oli ”terveysvaalistus”, en saanut yhtään reaktioita, joten johtopäätöksenä he eivät vastaanottaneet tietoa mielellään.



Kuva 6. Facebook-ryhmän vähiten reaktioita saanut päivitys

Parhaiten sain nämä nuoret miehet osallistumaan luotuani neljännen viikon lopulla kyselyn: ”Oletteko harrastaneet jonkinlaista liikuntaa tällä viikolla?”. Siihen vastasivat kaikki sen nähneet 11 nuorta miestä, ja heistä 8 vastasi kysymykseen kyllä. Tämä on erittäin hyvä asia heidän terveyden kannalta, että suurin osa oli harrastanut liikuntaa sillä viikolla.

Facebook-ryhmäni toteutus ei tuonut kovinkaan montaa aktiivista osallistujaa. Sisällön pääasiallinen tuottaminen jäi siis minulle ylläpitäjänä. Vähäisen vuoro-

vaikutuksen vuoksi en voi sanoa kokeilun onnistuneen toivotusti. Kuten liitteestä 3 ilmenee lauantain 9.4.2016 tilanne, tehtyäni ryhmään yhteensä 14 erilaista päivitystä, olin saanut vain niistä viiteen kommentteja.

Tykkäyksiä olin saanut edes yhden 13 päivitykseen. Tarkastettuani tykkäyksien antajat 9.4.2016 huomasin tykkäyksiä tehneen 14 nuorta miestä eli ryhmässä olleista miehistä suunnilleen puolet oli tykännyt jostakin julkaisusta edes kerran. Kolme nuorta miestä näistä 14 oli tykännyt jostakin päivityksistä tai kommentista enemmän kuin viisi kertaa. Loput yhdeksän tykkääjää oli tykännyt enintään viisi kertaa. Ryhmän sisältä nousi esiin yksi jäsen, joka oli tykännyt lähes kaikista julkaisuistani.

Päätin Facebook-ryhmäni vetämisen 15. huhtikuuta 2016. Ryhmäni oli siis toiminnassa yhteensä viisi viikkoa. Sillä hetkellä ryhmässä oli yhteensä 30 jäsentä. Pyysin viimeisessä päätöksessäni antamaan myös palautetta ryhmän toiminnasta, mutta siihen sain vain yhden vastauksen:

Miu mielest ainki tää o toimiva tapa välittää terveystietoo. Ei tarvii ain olla face-to-face. Ja pystyy muuteki keskustelee iha millo vaa haluu.

Loppupalautteen vähäinen tulos, siis kuvastaa myös osaltaan sitä, että ryhmänä nämä nuoret miehet, eivät olleet niinkään kiinnostuneita terveystiedon välittämisestä Facebookin avulla. Mukaan tosin onneksi mahtui edes tämä yksi terveydestään kiinnostunut nuori mies, jonka mielestä ryhmä oli toimiva ja hauska kokonaisuus.

10 LIVING LAB -TOTEUTUS

Järjestin Living Lab -työpajan Kasarminmäellä Kymenlaakson ammattikorkeakoulun päärakennuksessa torstaina 31.3.2016. Odotin paikalle 14 sähköelektroniikan toisen vuoden opiskelijaa Kouvolan seudun ammattiopistosta, mutta paikalle saapui heidän opettajansa lisäksi vain viisi nuorta miestä. Määrä oli siis paljon vähemmän, kuin olisimme toivoneet ja odottaneet saapuvan paikalle. En jäänyt kuitenkaan murehtimaan liiaksi väen vähyyttä, vaan toteutin työpajani alkuperäisen suunnitelman mukaan.

Ryhmätehtävän aiheena oli suunnitella ”Miesten unelmien viikonloppu”. Heille olin varannut isot paperiarkit, erilaisia lehtiä, sakset, liimaa ja tusseja posterin tekoa varten. He siis saivat suunnitella vapaamuotoisen posterin viikonlopusta leikkaamalla lehdistä kuvia, kirjoittamalla itse tekstiä ja piirtämällä.

Ohjeistin heitä aluksi, että kyseessä on miesten unelmien viikonloppu eli aikaa kuvitteelliseen toteutukseen oli perjantaista sunnuntaihin. Ohjeistusta varten olin suunnitellut pienen Power Point -diaesityksen, johon oli kirjattu ohjeet. (Liite 2.) Annoin heille muuten vapaat kädet toteuttaa oma posterinsa. Lisäsin myös, ettei heidän tarvinnut pysyä Kouvolassa, koska aikaa oli kuitenkin kuvitellusti kolme päivää. Itse toimin vain havainnoijana työpajassa, joten en vaikuttanut heidän suunnitemaansa millään tavalla. Kuuntelin ja seurasin heidän työskentelyään ja kirjasin muistiinpanoja.

Koska paikalle saapui vain viisi opiskelijaa, he loivat yhdessä ryhmässä posterin. (Liite 4.) Posterin tekoon heillä meni aikaa noin yksi tunti. Nämä viisi nuorta miestä haaveilivat lottovoiton avulla toteutettavasta viikonloppumatkasta Tallinnan kautta Turkkiin. Tallinnaan he suuntasivat hakemaan edullisia alkoholijuomia ja sieltä matka jatkui Turkin lämpöön.

Posterissa oli paljon erilaisia elementtejä, joten nämä nuoret miehet käyttivät sen tekemiseen mielikuvitusta, kuten toivoin. Heidän joukostaan nousi yksi esille ”johtajamaisena”, ja hän teki päätöksiä muiden ehdotuksista. Ryhmätilanteessa on normaalia valita ryhmänjohtaja, mutta mielestäni he eivät valinneet johtajaa, vaan yksi heistä vain ”ajautui” rooliin tiedostamatta. Tämä johtaja oli eniten äänessä posteria tehdessä ja esitystilanteessakin hän esitti lopputuloksen lähes kokonaan yksin.

Posterista löytyi euron kolikoita, jotka kuvastivat heidän kuvitteellista lottovoittoa. Esityksessä he sanoivat ostavansa ”uudenkarheat” autot lottovoitolla, ja näitä autoja kuvastamassa oli kuvat Kuplavalokkari, ralliautosta sekä KTM 250EXC -enduromoottoripyörästä.

Posterin suurin keskelle sijoitettu kuva oli Poutun grillimakkaran ja Krakovan grillimakkaran mainoskuva. Grillimakkara on perinteistä suomalaista ruokaa, varsinkin miesten keskuudessa. Perinteistä suomalaisuutta edusti myös puukiukaan kuva, jolla tietenkin kuvattiin saunomista.

Matkailua posterissa edusti Tallinkin logo sekä turkkilaisen ”Sentido Zeynep Resortin” mainoskuva. Nämä tietenkin kuvasivat Tallinnan risteilyä ja Turkkiin matkustamista. Tallinnasta he sanoivat hakevansa matkajuomista, ja posteriin he olivat liittäneet kuvan Lapin Kullan oluen 18-packin mainoskuvan. Lisäksi he olivat liittäneet posteriin kuvan moottorisängystä, kuvastamaan nukku-
mista. Turkin matkalta he sanoivat löytävänsä ”rantabeiben”, jonka kuvan he olivat liittäneet posteriin. Lisäksi Turkissa heille oli leikkaamassa kinkkua pitsa-
mainoksista tuttu Papa Dennis moottorisahalla varustettuna.

Vaikka kyseessä oli unelmamatka, he olivat silti lisänneet aika perinteisiä ”opiskelijaruokia” posteriiinsa. Siitä löytyi kuvat Myllyn Paras -makaronipusseista, Rainbow Tortilloista, Puurin Kanalan logosta, Heinzin ketsuppipulloista ja riisinuudeleista. Ryhmätyötä tehdessään he puhuivat tarvitsevansa paljon ketsuppia makaronilaatikkoa varten. Lisäksi ruokapuolta edustivat myös kuvat hampurilaisesta ja hotdogista.

Posteriin oli myös liitetty lausahdukset; ”Pimeää viinaa ikkunasta” kuvastamaan sitä, että he ostivat Tallinnasta pimeää viinaa, ”Häpeä oli sanoinkuvaa-
mattoman tuskaisa”, kuvaamaan sunnuntaiaamun krapulaa ja ”Elämä on laif-
fii”. Tästä posterista oli havaittavissa stereotyyppinen ”miesten viikonloppu”
saunan ja makkaran osalta. Kuitenkin he olivat liittäneet unelmaansa perinteisen mökkiloman sijaan Turkin matkan.

Posterin teko tuntui olevan heille mielekästä siinä mielessä, että kaikki osallistuivat sen tekoon ja naureskelivat sitä tehdessään. Alkuperäisen suunnitelman mukaan, minulla olisi ollut useampi posteri analysoitavana, mutta koska nuoret miehet eivät saapuneet paikalle, sain vain yhden posterin analysoitavaksi. Joten en pystynyt tekemään tarkempaa analyysia ja vertailemaan postereita keskenään.

11 JOHTOPÄÄTÖKSET

Loppuarviointina Living Lab -työpajaani osallistujiksi valikoitunut Kouvolan seudun ammattiopistossa opiskeleva ryhmä ei ollut tutkimuksellisesti paras mahdollinen, koska kyselyä tehdessäni ja työpajaani osallistumiseen ei saapunut kuin pieni osa ryhmästä. Olisin toivonut innokkaampaa osallistumista pois-

saolijoiden osalta. Kuitenkin positiivista oli, että kyselyä tehdessäni kaikki vastasivat siihen ja työpajaani tulleet nuoret miehet tekivät annetun tehtävän. Heillä vaikutti myös olevan hauskaa sitä tehdessä, koska naurua riitti ja keskustelua käytiin positiivisin mielin viikonlopun sisällöstä. Havainnoidessani aistin vitsikkyyttä ja huumoria, joten he tekivät annetun tehtävän mielekkäästi.

Miettiessäni syitä vähäiselle osanottajajoukolle, mieleeni tuli tietenkin aikainen aamu eli tapaamiset olivat kello 8 aikaan torstaisin. Heillä oli tosin lukujärjestykseensä merkittynä liikunnan/ terveystiedon tunnit, joten nämä nuoret miehet eivät lähtökohtaisesti vaikuta olevan hirveän kiinnostuneita omasta terveydestään ja liikkumisesta. Ehkä nämä paikalla saapuneet ovat sitten enemmän kiinnostuneita terveellisten elintapojen vaikutuksesta elämään pitemmällä tähtäimellä.

Sain kuitenkin mahdollisuuden toteuttaa kyselyni toisessakin ryhmässä, josta sain enemmän vastauksia ja Facebook-ryhmääni lisää osallistujia. Tämä oli erittäin hyvä asia opinnäytetyöni kannalta ja sain lisää tutkimukseeni sisältöä tämän toisen ryhmän avulla. Kuitenkin kokemuksena tämä oli kokonaisuudessaan tietoa lisäävä, ja lisäksi sain tästä työstä paljon uusia kokemuksia.

Terveyskyselyn tulosten johtopäätöksenä otosryhmässäni ei löytynyt mitään erityistä riskiä syrjäytymiselle, koska kaikki vastanneet kokivat heillä olevan riittävästi kavereita ja suurin osa vastaajista on läheinen oman perheensä kanssa. Suurin osa vastaajista kertoi harrastavansa liikuntaa säännöllisesti ja yli puolet vastaajista sanoi harrastavansa liikuntaa myös vapaa-ajalla.

Suurimmalla osalla vastaajista on mielestään hyvä terveydentila sekä mielen-tila, joten senkään osalta heillä ei vaikuta olevan ongelmia. Ruokailutottumuksista huomasin, että lähes kaikki syövät useimmiten lounaan ja lämpimän iltaruuan, mikä on erittäin hyvä asia. Vähiten syödään aamupalaa, jonka 10 vastaajaa sanoi jättävänsä syömättä. Odotetusti energiajuomat ja pikaruokat kuuluvat ainakin satunnaisesti näiden nuorten elämään. Ainoastaan kolme vastaajaa sanoi, ettei käytä energiajuomia ja yksi vastaaja sanoi, ettei syö pikaruokaa ollenkaan.

Päihteiden käytön osalta selvisi, että tässäkin joukossa oli jonkin verran alaikäisiä käyttäjiä. Positiivista oli, että vain kaksi vastaajaa ilmoitti kokeilleensa

joskus huumeita, joten ne eivät ole heille ongelma. Erityisesti huomioin säännölliset nuuskan käyttäjät, jotka kaikki olivat 17-vuotiaita. Minua huolestuttaa näiden nuorten osalta se, että vain muutama koki, että heidän päihteiden käytönsä haittaa heidän elämäänsä. Jäin miettimään, että eikö heitä oikeasti kiinnosta päihteiden haittavaikutukset vai eivätkö he tiedä kaikkia haittavaikutuksia. Tämän tiedon perusteella sanoisin, että näille nuorille miehille olisi hyväksi jonkinlainen päihteiden vastainen kampanja, jotta tilanne ei pääse pahenemaan ja näiden nuorten miesten päihteiden käyttö ei pääse vallitsevaksi osaksi heidän elämäänsä tulevaisuudessa.

Facebook-ryhmässäni koin toimivimmaksi rennon huumorisävytteisen sisällön. Huomasin laittaessani Facebook-ryhmääni yhden ”terveysvalistusta” mukailevan päivityksen, etten saanut siihen minkäänlaista vastakaikua, eli en saanut yhtään kommenttia enkä tykkäystä. Johtopäätöksenä siis nämä nuoret miehet reagoivat paremmin rennompaan tekstiin, joka ei ole ”käskevän” sävyistä. Muutenkin heidän innostuksensa tuntui laskevan ryhmän olemassaolon myötä ja muutamat jäsenet lähtivät kesken pois ryhmästä. Matkan varrella sain muutamia jäseniä lisää mukaan ja päätöspäivänä ryhmässä oli mukana 28 nuorta miestä.

Ryhmässä olleista nuorista miehistä noin puolet olivat tykänneet jostakin päivityksestä tai kommentista ryhmän sisällä, mutta kommentteja oli tehnyt vain muutama jäsen. Joten terveystietoa välittävä Facebook-ryhmäni ei onnistunut saamaan aikaan vuorovaikutteisuutta näiden nuorten miesten osalta. Osaltaan saatuja tuloksia tukivat jo kyselytutkimukseni vastaukset erityyppisten päivitysten kiinnostavuuteen. Suurin keskiarvo oli 2,48 asiantuntijoiden neuvoilla, vaikka suurin annettu arvo kysymyksiin oli 4. Nämäkin siis pohjustivat jo sitä, ettei terveystiedon välittäminen Facebookin avulla ole kovinkaan kiinnostavaa heidän mielestään.

Myöskään palautetta nämä nuoret miehet eivät antaneet ryhmän toiminnasta, joten kokonaisuutena en voi analysoida kuin omaa näkemystäni. Oma näkemykseni tämän ryhmän toiminnasta kertoo näiden nuorten miesten omaavan ehkä hieman huolettoman asenteen elämästään tällä hetkellä, eivätkä he kokeneet tätä testiryhmää hyödylliseksi tai kiinnostavaksi. Käsitykseni perustuu täysin siihen, että osallistuneiden joukko oli pieni enkä kokonaisuudessaan saanut näitä nuoria miehiä kommentoimaan ja osallistumaan keskusteluun.

Pelkkiin tykkäyksiinkään verraten, vaikka niitä sainkin lähes jokaiseen päivytykseen, en voi todeta ryhmän onnistuneen saamaan näissä nuorissa miehissä muutosta aikaan.

Osittain ennakkokäsitykseni nuorista ammattiopistossa opiskelevista miehistä kävi toteen, koska työn aiheen saatuani olin vähän skeptinen tämän onnistumisesta. Opinnäytetyöni tulos onkin, etten saanut näitä nuoria miehiä osallistumaan aktiivisesti Facebook-ryhmässäni, joten tämän kaltainen toiminta ei välttämättä toimi tähän kohderyhmään, vaan tarvitaan erilaisia keinoja.

Kokeilun epäonnistumiseen voi vaikuttaa myös, että tuon ikäjakautaman nuoret eivät ole Facebookissa niin aktiivisesti mukana kuin vähän vanhemmat miehet. Facebook on ehkä näille nuorille jo vähän vanhentunut aktiivinen yhteisöpalvelu, ja sen käyttö on vähentynyt näiden nuorien osalta. Tätä johtopäätöstä tuki heidän Facebookin käyttöään koskeneet kyselytutkimuksen tulokset, joissa selvisi, että vaikka heillä on Facebook-profiili, he eivät tee tilapäivityksiä sinne edes kerran viikossa vaan sitäkin harvemmin.

Näille nuorille miehille voisi sopia paremmin jokin muu sosiaalisen median kanava kuten esimerkiksi Instagram. Myös arvelen, että saatavilla olevista Snapchatin tai WhatsAppin kaltaisista pikaviestinpalveluistakin voisi olla hyötyä näille nuorille, esimerkiksi jos he voisivat sitäkin kautta ottaa yhteyden johonkin terveysalan ammattilaiseen. Näin palvelu olisi helposti saatavilla, ja apua olisi helpompi pyytää ongelmatilanteissa. Kuitenkin on selvää, että tulevaisuudessa tarvitaan uusia keinoja tavoittaa nuoret, jotta pystytään vaikuttamaan heidän valintoihinsa terveydentilan ja elämäntapojen kannalta.

LÄHTEET

- Costill, A. 2016. Search Engine Journal. 30 Things You Absolutely Need To Know About Instagram. Saatavilla: <https://www.searchenginejournal.com/30-things-absolutely-need-know-instagram/85991/> [viitattu 8.4.2016].
- Forsgård, C. & Frey, J. 2010. Suhde: sosiaalinen media muuttaa johtamista, markkinointia ja viestintää. Infor Oy.
- Gjerstad, E. 2015. Näin vaikutat: Vaikuttamisen psykologia arjessa ja työssä. Jyväskylä: Docendo.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2015. Tutki ja kirjoita. Helsinki. Tammi.
- Instagram. 2016. FAQ. Saatavilla: <https://www.instagram.com/about/faq/> [viitattu 8.4.2016].
- Juslén, J. Facebook-sivun ylläpitäjän opas. 2014. Akatemia 24/7 Oy. Saatavissa: https://asiakas.kotisivukone.com/files/sometyonhaussa.autta.fi/FB/facebook-sivun-yllapitajan-opas-2014_11.pdf [viitattu 30.3.2016].
- Järvi, U. 2014. Tautinen media. Helsinki: Duodecim.
- Järvi, U. & Vainikainen, T. 2010. Asiantuntijan mukaan: Viestintäopas media-ajan asiantuntijoille. Turku: Oy Enostone Ltd.
- Kallunki, V., Kauronen, M-L., Lehtonen, O. & Pekkola, J. 2013. Alueellinen eriytyminen ja yhteisölliset menetelmät miesten terveyden edistämisessä. Tutkimussuunnitelma. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.
- Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Jyväskylä. Jyväskylän Ammattikorkeakoulu.
- Kantojärvi, P. 2012. Fasilisointi luo uutta: Menesty ryhmän vetäjänä. Helsinki: Talentum.
- Koppala, A. 2011. Porukka, jengi, tiimi: Ryhmädynamiikka ja siihen vaikuttaminen. Helsinki: Edita.
- Kortesuo, K. 2014. Sano se someksi 2: organisaation käsikirja sosiaaliseen mediaan. Helsinki: Kauppakamari.
- Kortesuo, K., Patjas L-M & Seppänen L. 2014. Pillillä vai pasuunalla?: viestinnän käsikirja yrittäjille. Suomen yrittäjien Sypoint Oy.
- Kortetjärvi-Nurmi, S & Murtola, K. 2015. Areena: yritysviestinnän käsikirja. Helsinki: Edita.
- Kärkkäinen, H. 2015. Facebook paljasti Suomilukuja. Taloussanomien. Saatavissa: <http://www.itviikko.fi/uutiset/2015/04/15/facebook-paljasti-suomi-lukuja/20154707/7> [viitattu 30.4.2016].
- Laaksonen, S., Matikainen, J. & Tikka, M. 2013. Otteita verkosta: verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Tampere: Vastapaino.

- Leppävaara, A. 2007. Ohjeita posterin tekoon. PDF. Viestintäpiste, Laurea ammattikoulu. Saatavissa: http://viestintapiste.laurea.fi/ind.pdf.doc.ppt/Posterin_suunnittelu.pdf.pdf [viitattu 13.3.2016].
- Nyström, A-G. & Leminen, S. 2011. Innovoi(tko) yhdessä asiakkaittesi kanssa: näkemyksiä Living Lab -toimintaan.
- Pönkä, H. 2015. Sosiaalisen median käsikirja. Jyväskylä: Docendo.
- Seppälä, P. 2014. Kuuntele ja keskustele: näin järjestösi toimii tavoitteellisesti sosiaalisessa mediassa. Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry.
- Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Social Times. 2016. Here's How Many People Are on Facebook, Instagram, Twitter and Other Big Social Networks. Saatavilla: <http://www.adweek.com/socialtimes/heres-how-many-people-are-on-facebook-instagram-twitter-other-big-social-networks/637205>. [viitattu: 8.4.2016].
- Suominen, J., Östman, S., Saarikoski, P. & Turtiainen, R. 2013. Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus.
- Torkkola, S. 2002. Terveysviestintä. Helsinki: Tammi.

TERVEYSKYSELY

Vastaa kysymyksiin rehellisesti täyttämällä vastaus viivalle tai rastittamalla sopivin vaihtoehto. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja nimettöminä osana opinnäytetyötäni.

Ikä: _____

Kotipaikkakunta: _____

Käytkö työssä opiskelun ohella: ☐ Kyllä ☐ En

Yleinen terveys:

Millaiseksi koet terveydentilasi: ☐ Hyvä ☐ Kohtalainen ☐ Huono

Onko sinulla säännöllistä lääkitystä tai pitkäaikaissairauksia: ☐ Kyllä ☐ Ei

Kuinka usein harrastat liikuntaa (vähintään 30 min kerralla):

☐ Päivittäin ☐ 2-6 kertaa viikossa ☐ Kerran viikossa ☐ Harvemmin

Fyysinen kuntosi: ☐ Hyvä ☐ Kohtalainen ☐ Huono

Montako tuntia keskimäärin nuket öisin: Arkisin: _____ Viikonloppuisin: _____

Koetko olosi väsyneeksi aamuisin: ☐ Kyllä ☐ Ei ☐ Joskus

Millaiseksi koet mielentilasi: ☐ Hyvä ☐ Kohtalainen ☐ Huono

Ruokailutottumukset:

Syötkö päivittäin tai useimmiten (voit valita useamman vaihtoehdon):

☐ Aamupala ☐ Lounas ☐ Päivällinen ☐ Iltapala

Energiajuomien käyttö: ☐ Säännöllisesti ☐ Joskus ☐ En ollenkaan

Pikaruogan syöminen: ☐ Säännöllisesti ☐ Joskus ☐ En ollenkaan

Oletko kokenut seuraavia tuntemuksia viimeisen kuukauden aikana:

Masentuneisuus: ☐ Kyllä ☐ En

Stressaantuneisuus: ☐ Kyllä ☐ En

Ärtynisyys: ☐ Kyllä ☐ En

Keskittymishäiriöt: ☐ Kyllä ☐ En

Pelkoa tulevaisuudesta: ☐ Kyllä ☐ En

Elämään tyytymättömyys: ☐ Kyllä ☐ En

Päihteiden käyttö:

- Tupakoitko: ☐ Kyllä ☐ Satunnaisesti ☐ En ollenkaan
- Käytätkö nuuskaa: ☐ Kyllä ☐ Satunnaisesti ☐ En ollenkaan
- Käytätkö huumeita: ☐ Kyllä ☐ Satunnaisesti ☐ En ollenkaan
☐ Olen kokeillut _____ kertaa
- Alkoholin käyttö: ☐ Viikoittain ☐ 1-2 kertaa kk ☐ Harvemmin
☐ En ollenkaan
- Koetko, että päihteiden käyttösi haittaa elämääsi: ☐ Kyllä ☐ Jossain määrin ☐ Ei

Ihmissuhteet:

- Oletko tällä hetkellä parisuhteessa: ☐ Kyllä ☐ En
- Onko sinulla mielestäsi riittävästi kavereita: ☐ Kyllä ☐ Ei
- Oletko läheinen perheesi kanssa: ☐ Kyllä ☐ En
- Tunnetko oloasi yksinäiseksi: ☐ Kyllä ☐ Joskus ☐ En
- Onko sinulla läheisiä joiden kanssa voit jutella kaikista asioistasi: ☐ Kyllä ☐ Ei

Vapaa-ajan vietto:

Miten yleensä vietät vapaa-aikaasi (voit valita kaikki sinulle sopivat vaihtoehdot):

- ☐ Kavereiden kanssa
- ☐ Harrastamalla liikuntaa, mitä: _____
- ☐ Pelaamalla konsoli- tai tietokonepelejä
- ☐ Televisiota katsoen
- ☐ Muulla tavalla, miten: _____

Asuinympäristö:

Arvioi asuinympäristöäsi asteikolla 1-10 (1 huonoin, 10 paras): _____

- Onko lähistölläsi kuntoilu- tai liikuntapaikkoja: ☐ Kyllä ☐ Ei
- Onko lähistölläsi muita harrastusmahdollisuuksia: ☐ Kyllä ☐ Ei

FACEBOOK

Näiden kysymysten tarkoituksena on pohjustaa osana opinnäytetyötäni ylläpitämäni Facebook-ryhmää, jonka tarkoituksena on välittää terveystietoa nuorille kymenlaaksolaisille miehille.

Taustatietoa (rastita sopivin vaihtoehto):

Onko sinulla Facebook-profiili: ☐ Kyllä ☐ Ei

Kuinka usein käyt Facebookissa:

☐ Päivittäin ☐ 2-6 kertaa viikossa ☐ Kerran viikossa ☐ Harvemmin

Kuinka usein teet tilapäivityksiä omaan profiiliisi:

☐ Päivittäin ☐ 2-6 kertaa viikossa ☐ Kerran viikossa ☐ Harvemmin

Ryhmän sivujen sisältö:

Vastaa seuraavaan taulukkoon ympyröimällä sopivin vaihtoehto erityyppisten päivitysten ja sivujen sisällön tärkeys omasta mielestäsi.

Facebook-ryhmän tilapäivitys/sisältö	Tärkeys			
	Ei lainkaan tärkeä	Ei kovin tärkeä	Melko tärkeä	Erittäin tärkeä
Terveysvinkit	1	2	3	4
Kilpailut ilman palkintoa	1	2	3	4
Kilpailut, joissa on palkinto	1	2	3	4
Tsemppaus	1	2	3	4
Terveysuutisten jakaminen	1	2	3	4
Menovinkit	1	2	3	4
Kyselyt	1	2	3	4
Vertaistuen antaminen	1	2	3	4
Asiantuntijan neuvot	1	2	3	4
Henkilökohtainen tukeminen yksityisviesteillä	1	2	3	4
Jokin muu, mikä?	1	2	3	4

Päivitysten tiheys (rastita sopivin vaihtoehto):

Kuinka usein mielestäsi päivityksiä olisi sopivasti Facebook-ryhmässäni?

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Useammin kuin kerran päivässä | <input type="checkbox"/> Päivittäin | <input type="checkbox"/> 4-6 kertaa viikossa |
| <input type="checkbox"/> 2-3 kertaa viikossa | <input type="checkbox"/> Kerran viikossa | <input type="checkbox"/> Harvemmin |

Päivitysten aikataulu:

Milloin mielestäsi on hyvä aika päivityksille (valitse sopivat viikonpäivät sekä kellonaika):

Viikonpäivät:

- | | | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|--|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Maanantaisin | <input type="checkbox"/> Tiistaisin | <input type="checkbox"/> Keskiviikkoisin | <input type="checkbox"/> Torstaisin | <input type="checkbox"/> Perjantaisin |
| <input type="checkbox"/> Lauantaisin | <input type="checkbox"/> Sunnuntaisin | | | |

Kellonaika:

- | | | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Klo 10 | <input type="checkbox"/> Klo 12 | <input type="checkbox"/> Klo 16 | <input type="checkbox"/> Klo 18 | <input type="checkbox"/> Klo 21 |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|

Muita toiveita tai ideoita liittyen Facebook-ryhmään:

Lopuksi pyydän sinua liittymään Facebook-ryhmääni:

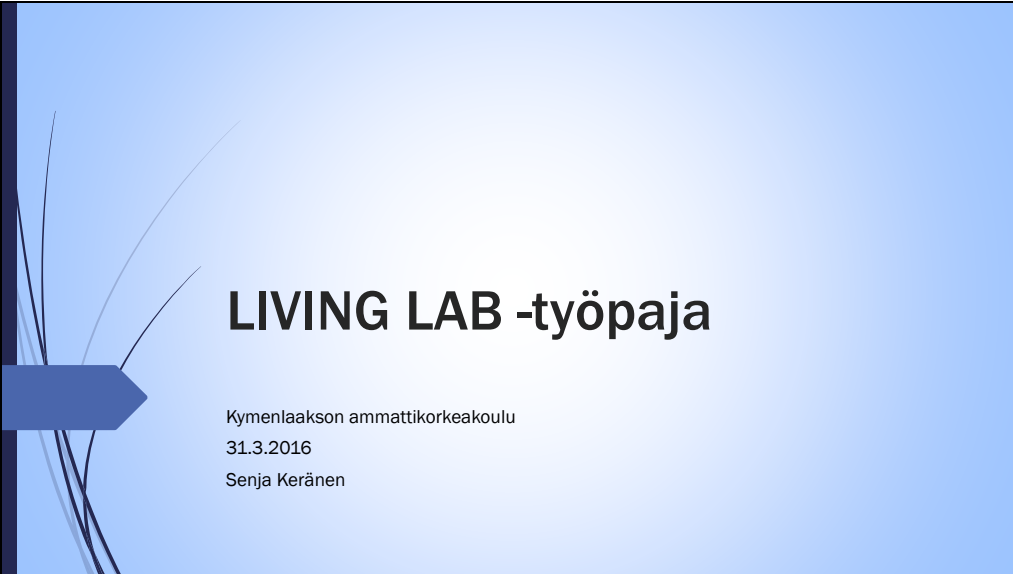
"Terveystietoa nuorille kymenlaaksolaisille miehille" ja kutsumaan kavereitasi mukaan.

Pyydän sinua olemaan aktiivisesti mukana toteutuksessa ja seuraamaan sivuja säännöllisesti! ☺

Kiitos vastauksistasi! ☺

Living Lab -toteutuksen ohjekalvot (Power Point -esitys)

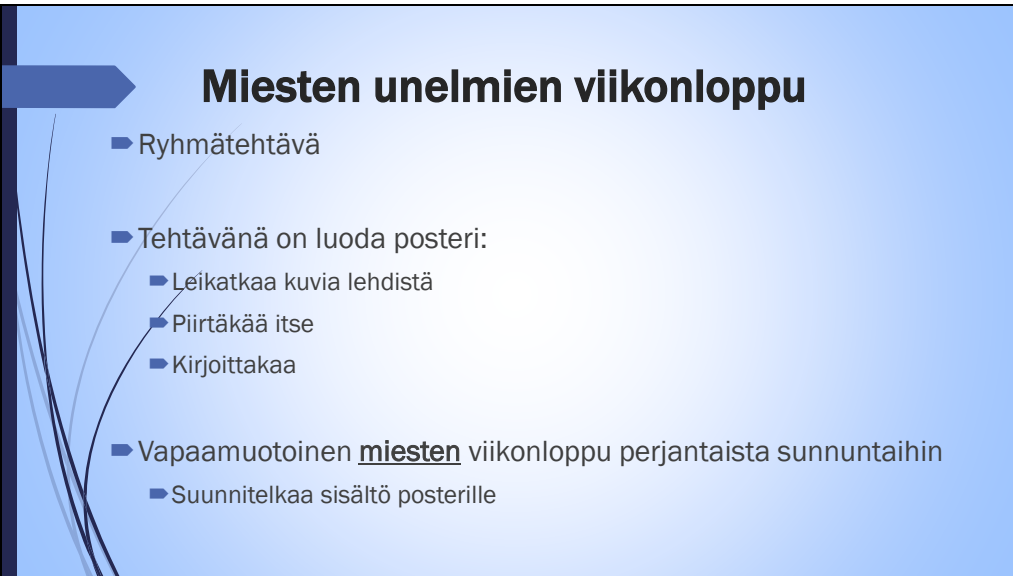
Dia 1

The slide has a light blue background with a dark blue arrow pointing right on the left side. The title 'LIVING LAB -työpaja' is in large, bold, black letters. Below it, in smaller black text, are the details: 'Kymenlaakson ammattikorkeakoulu', '31.3.2016', and 'Senja Keränen'.

LIVING LAB -työpaja

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu
31.3.2016
Senja Keränen

Dia 2

The slide has a light blue background with a dark blue arrow pointing right on the left side. The title 'Miesten unelmien viikonloppu' is in bold, black letters. Below it is a list of tasks in blue text, each preceded by a small blue arrow. The tasks are: 'Ryhmätehtävä', 'Tehtävänä on luoda poster:', 'Leikatkaa kuvia lehdistä', 'Piirtäkää itse', 'Kirjoittakaa', 'Vapaamuotoinen miesten viikonloppu perjantaista sunnuntaihin', and 'Suunnitelkaa sisältö posterille'.

Miesten unelmien viikonloppu

- Ryhmätehtävä
- Tehtävänä on luoda poster:
 - Leikatkaa kuvia lehdistä
 - Piirtäkää itse
 - Kirjoittakaa
- Vapaamuotoinen miesten viikonloppu perjantaista sunnuntaihin
 - Suunnitelkaa sisältö posterille

Facebook-ryhmän julkaisut ja vastareaktiot (tarkastettu: 9.4.2016)

Pvm	Julkaisun tyyppi	Nähneet	Tykkäykset	Kommentit
13.3. klo 12.19	Ryhmän luonti	25	1	-
13.3. klo 12.42	Ryhmäkuva	25	3	-
13.3. klo 12.47	Ryhmän kuvaus	25	3	-
13.3. klo 12.52	Ryhmän tervetulotoivotus	25	3	-
14.3. klo 9.14	Maanantaiaamun fiiliksiä?	25	3	1
18.3. klo 15.29	Viikonlopun suunnitelmia?	21	4	3
23.3. klo 14.31	Terveysuutisen jakaminen; Vaihda karkit ja herkut tähän tuotteeseen – voi estää sairauksia ja jopa lisätä elinaikaa	20	4	-
25.3. klo 11.04	Varoittavan suklaakuvan julkaiseminen ja pääsiäisen toivotukset	20	6	-
28.3. klo 15.44	"Terveysvalistus" päihteiden haittavaikutuksesta	16	-	-
30.3. klo 11.53	Tiedotus Living Lab -työpajasta	17	1	2
31.3. klo 9.30	"Miesten unelmien viikonloppuun" liittyvä päivitys	17	5	-
1.4. klo 9.01	Aprillipila	16	4	-
6.4. klo 9.04	Kysymys terveystottumuksista?	16	4	2
8.4. klo 15.45	Kysely: Oletteko harrastaneet jonkinlaista liikuntaa tällä viikolla?	12	1	Kyllä: 8 En:2 En, olen li-hava:1

Miesten unelmien viikonloppu

Posteriryhmätyö

